

Sveučilište u Zagrebu

Filozofski fakultet

Odsjek za sociologiju

„Diplomski rad“

PRIKAZ IZBJEGLIČKE KRIZE U HRVATSKOJ U HRVATSKIM
TISKANIM MEDIJIMA

Studentica: Tanja Štampar

Mentor: dr.sc. Dragan Bagić

Zagreb, rujan 2018.

SADRŽAJ:

1. UVOD	3
2. CILJEVI I SVRHA	5
3. IZBJEGLIČKA KRIZA	6
4. TEORIJSKI KONCEPT RADA	9
4.1. Masovni mediji i komunikacije	9
4.2. Framing teorija	12
4.3. Medijska konstrukcija zbilje	14
4.4. Objektivnost u medijima	16
4.5. Utjecaj medija na publiku	18
4.6. Istraživanja na temu prikaza manjinskih grupa u medijima	21
5. METODOLOGIJA	24
5.1. Uzorak	27
5.2. Hipoteze	28
6. REZULTATI I ANALIZE	29
6.1. Hipoteze	29
6.2. Ostale analize	38
7. RASPRAVA	38
8. ZAKLJUČAK	46
9. LITERATURA	48
10. PRILOZI	51
10.1. Matrica	51

1. UVOD

Izbjeglički val već je dugo tema o kojoj pišu svi vodeći svjetski mediji, a izazvao je burne reakcije javnosti i iscrpne rasprave u političkim i akademskim krugovima. Dok jedna politička struja krizu vidi kao humanitaran problem i ističe kako je najvažnije pobrinuti se za egzistenciju izbjeglica, druga upozorava na sigurnosne, gospodarske, financijske, demografske i slične probleme koji, ulaskom velikog broja ilegalnih imigranata, prijete europskim državama.

Dok je dio Europe mjesecima bio suočen s velikim izbjegličkim valom, Hrvatska se na putu migranata prema zapadu našla tek sredinom rujna 2015. godine. Prvi migranti stigli su u Hrvatsku nakon što su srpske vlasti odlučile preusmjeriti izbjeglički val prema Hrvatskoj zbog potpunog zatvaranja mađarske granice prema Srbiji. Ovisno o njihovoj politici i potezima, poput domino-efekta zatvarali su se i otvarali granični prijelazi, uspostavljao i obustavljao promet Hrvatske sa Srbijom, Slovenijom i Mađarskom. Najveći priljev migranata u Hrvatskoj bio je na području Tovarnika, Iloka, Strošince i Bapske dok je dio migranata smješten u privremenom prihvatilištu u Opatovcu od kuda su se odvozili preko Mađarske ili Slovenije u druge europske zemlje, najviše u Njemačku.

Ovaj rad bavi se problemom medijske konstrukcije društvene zbilje na primjeru prikaza izbjegličke krize u Hrvatskoj u hrvatskim tiskanim medijima, tj. istražujemo kakvu sliku o izbjeglicama i tražiteljima azila te o samoj izbjegličkoj krizi mediji stvaraju. Teorijski okvir od kojeg krećemo u ovom radu upravo je utjecaj medija na konstrukciju društvene zbilje kod svoje publike. Iz medijskih studija saznajemo da mediji nisu samo puki prenosioci informacija nego aktivno sudjeluju u konstrukciji, kako društvene, tako i političke, ekonomske, kulturalne i svake druge realnosti (Hromadžić, 2014). Mediji su složeno polje ekonomskih, političkih, socijalno-klasnih i kulturalnih determinanti koji djeluju kao moćni agens u promociji određenih ideoloških smjernica, ali i u difamaciji onih društvenih trendova i aktera koji predstavljaju neki oblik smetnje ostvarivanju ciljeva takvih politika (Hromadžić, 2014). Stavovi i pogledi na svijet često su oblikovani upravo sadržajima koje nam mediji serviraju. Kroz medije pojedinci uče o društvu koje ih okružuje i u kojem žive, a sami mediji utječu na percepcije različitih grupa i na društveno ponašanje prema njima. Sociolozi proces aktivnog stvaranja značenja nazivaju socijalnom konstrukcijom zbilje, što znači da,

premda stvarnost postoji, na nama je da pregovaramo koje je značenje te stvarnosti. Kod ljudi se često pojavljuje tzv. automatsko mišljenje koje se može definirati kao razmišljanje koje nije svjesno, namjerno, voljno ili u kojem se ne ulaže napor. Koristeći automatsko mišljenje ljudi brzo stvaraju pretpostavke na osnovi onoga što su vidjeli ili čuli ranije. Upravo zbog toga, često ono što čujemo ili pročitamo prihvaćamo bez dubljeg razmišljanja o tome (Aronson et al., 2005). Tu nastaje problem, kada informacije koje mediji pružaju svojoj publici nisu objektivne i nepristrane, već nameću svoje stavove što često dovodi do stvaranja predrasuda i stereotipa o određenim skupinama ljudi, u našem slučaju prema migrantima i tražiteljima azila.

Tiskani mediji, u obliku novina i pamfleta, stoljećima su služili kao jedino sredstvo dopiranja do široke publike, a i danas služe za informiranje velikog broja ljudi o novostima. U razdoblju izbjegličke krize u Hrvatskoj, kako nazivamo stanje od rujna 2015. godine, tiskani mediji su jedan od najdostupnijih izvora informacija o događanjima i problemima na terenu. Pretpostavljamo da zbog razlika između Hrvatske kulture i kulture migranata, predrasuda te stereotipnog razmišljanja, vijesti nisu objektivno prenošene već služe daljnjem širenju subjektivnih razmišljanja koje čitatelji zatim automatski prihvaćaju računajući na pouzdanost medija kao sredstava informiranja i stvaranja stavova o novonastaloj situaciji. Ovdje se možemo koristiti teorijom framinga (*framing theory*) koju prvi spominje E. Goffman. Teorija framinga jedna je od teorija masovnih komunikacija u čijoj je osnovi upotreba okvira (eng. *frame*) kao načina uređivanja informacija kojima smo okruženi. Ljudi prilikom komunikacije koriste interpretacijske okvire, tj. odabiru dijelove informacije i čine ih značajnijima u odnosu na ostatak. U kontekstu medijske komunikacije, okvire koriste novinari kao komunikatori i publika kao primatelj informacije. Goffman je zaključio da se ljudi oslanjaju na interpretativne sheme nazvane primarnim okvirima. Ovi okviri stabilni su sustavi koji služe za klasifikaciju novih informacija, a u komunikaciji su važni kao alat koji služi procesuiranju informacija. Diskurs medija i društva često se kreira prema primarnim okvirima kako bi se što više utjecalo na način na koji publika interpretira informacije. Najčešće se koristi u okviru medija i vijesti, smatra se da utječu na percepciju vijesti kod publike. Oni ne samo da govore publici o čemu da razmišlja, nego i kako da razmišlja o određenom problemu.

Kako bismo provjerili na koji način tiskani mediji prikazuju krizu, analizirat ćemo

138 članaka¹ iz svih hrvatskih tiskanih medija koji su tiskani u razdoblju od rujna 2015. godine do ožujka 2016. godine. Analizirat ćemo sadržaj članaka uz pomoć izrađene matrice. Cilj nam je saznati kakav je prikaz situacije, na koje aspekte se članci koncentriraju (azilantske politike, ljudska prava, širenje straha, prikaz incidenata na žarištima rute) i kako prikazuju situaciju u Hrvatskoj u spomenutom razdoblju. Želimo saznati kakvu to poruku šalju tiskani mediji svojim čitateljima i na koji način prikazuju, kako događaje, tako i same migrante koji su se barem nakratko našli na području Hrvatske.

2. CILJEVI I SVRHA

Izbjeglička kriza aktualna je tema kojom se Hrvatska prisiljena aktivno baviti od rujna 2015. godine kada je nova ruta usmjerila val izbjeglica i na njezin teritorij. Cilj ovog rada je istražiti i analizirati način na koji su mediji prenosili događaje povezane s izbjeglicama i samom izbjegličkom krizom. Tiskani mediji dostupni su većini pa tako i nama za analizu, pa smo tako odlučili promatrati kako oni pišu o aktualnim događajima i koje poruke šalju svojoj publici, odnosno čitateljima.

Naša prva pretpostavka je kako mediji situaciju ne prenose neutralno ni objektivno, već zbog određenih predrasuda, stereotipa i ranije stečenih mišljenja pokazuju tendenciju ka pristranosti odnosno pozitivnom ili negativnom prikazu izbjeglica i krize. Cilj nam je provjeriti na koji način i s kojeg stajališta mediji zapravo prenose informacije. Druga pretpostavka je da se izbjeglice prikazuju negativno, kao prijetnja sigurnosti kako Hrvatske tako i Europske unije općenito. Cilj nam je saznati u kojoj mjeri mediji izbjeglice prikazuju kao ljude kojima je potrebna pomoć, a u kojoj ih vide samo kao problem koji treba riješiti. Treća pretpostavka je da se tiskani mediji više bave političkim (vanjskim i unutarnjim), a manje humanitarnim aspektima koje jedna takva kriza nosi sa sobom. Cilj nam je saznati daju li mediji više prostora političarima i njihovim međusobnim konfliktima ili se koncentriraju na pomoć ljudima kojima je to najpotrebnije. Kako proučavamo objave tiskanih medija u razdoblju od rujna 2015. godine do ožujka 2016. godine, zanima nas smanjuje li se ili povećava interes medija za temu. Cilj nam je provjeriti koliko objava u kojem mjesecu ima i time zaključiti kako se

¹ Članci su preuzeti sa internet stranice www.pressclipping.hr, pronađeni uz pomoć ključnih riječi (izbjeglička kriza, izbjeglice, diskriminacija) u spomenutom razdoblju

interes medija, a s time i javnosti, kreće s vremenom. Posljednji cilj nam je provjeriti koji je to dominantni okvir koji mediji koriste u svojim objavama – sigurnost ili humanitarnost. Zanima nas je li došlo do promjene u dominantnom okviru u promatranom razdoblju, odnosno mijenja li se fokus medija kroz vrijeme.

Svrha ovog rada je prikazati kako mediji konstruiraju zbilju na primjeru izbjegličke krize u Hrvatskoj. Želimo saznati koji su to aspekti krize kojima se bave akteri i kako to mediji prikazuju. Svrha je proučiti kakve poruke mediji šalju u trenucima krize jer znamo kako upravo mediji mogu utjecati na mišljenja i stavove publike. Ukoliko mediji izbjeglice i izbjegličku krizu prikazuju kao nešto negativno na način da se koncentriraju na negativne događaje koje naglašavaju, možemo pretpostaviti da time utječu i na razmišljanja i stavove svojih čitatelja, odnosno publike. Publika koja cijelu situaciju percipira kao negativnu ponaša se u skladu s time što za posljedicu ima manje empatije i voljnosti da se pomogne, a više zabrinutosti za vlastitu sigurnost. Mediji svojim prikazom zbilje mogu imati veliki utjecaj na svoju publiku te je upravo zato naš zadatak da saznamo kako se izbjeglička kriza prikazuje i koje su moguće posljedice određenog prikaza stanja.

3. IZBJEGLIČKA KRIZA

Izbjeglička kriza 2015. naziv je migracije stanovnika azijskih i afričkih zemalja prema državama Europske unije. Migranti su na početku većinom bili stanovnici država pogođenih ratnim uvjetima nastalim stvaranjem Islamske Države, tj. Iraka i Sirije, ali s vremenom valu su se pridružili i stanovnici drugih država iz ekonomskih razloga nadajući se kako će u Europi naći bolji i sigurniji život. „Migrantski/izbjeglički val posljedica je višegodišnjih tranzicijskih procesa na Bliskom istoku i Sjevernoj Africi u sklopu tzv. Arapskog proljeća. Ovi su procesi u Siriji i Libiji rezultirali građanskim ratom, ali i uzrokovali nestabilnost i humanitarnu krizu u njima susjednim zemljama, posebno u Turskoj i Libanonu, gdje su najveći izbjeglički centri....Riječ je o dugotrajnim i sveobuhvatnim procesima u arapskom svijetu, koji bitno mijenjaju političko i gospodarsko stanje na Mediteranu.“ (Tadić, J. et al., 2016)

Više od milijun migranata i izbjeglica ušlo je u Europu 2015. godine, što je izazvalo krizu jer su se zemlje borile s priljevom velikog broja ljudi koje je trebalo na neki način smjestiti unutar EU ili ih vratiti u njihove domovine. Sukob u Siriji i dalje je najveći pokretač migracija, međutim, trajno nasilje u Afganistanu i Iraku, zlostavljanje u Eritreji, kao i siromaštvo na Kosovu također su razlog odlaska velikog broja ljudi i njihovog ulaska u Europu. Hrvatska se na najvećem udaru našla u rujnu i listopadu 2015. godine. Prema izvještajima MUP-a od početka migracijske krize do 30. rujna na područje RH ušlo je više od 88 500 migranata, do 14. listopada njih 174 297, a od početka krize do 20. listopada taj broj iznosio je 204 126. Prema službenim podacima MUP-a od početka migrantske krize do 4. ožujka 2016. godine u Hrvatsku je ušlo 658 068 migranata, od toga 558 724 u 2015. godini. Gotovo svi su našu državu napustili na svojem putu prema zapadnoj Europi, dok je u Hrvatskoj azil zatražilo samo 39 izbjeglica.

Iako nisu svi migranti koji su ulazili u Europu tražili azil, mnogi od njih jesu. Njemačka je primila najveći broj zahtjeva za azil u 2015. godini, njih 476 000, no valja napomenuti kako je puno veći broj onih koji su ušli u zemlju. Prema njemačkog sustavu za prebrojavanje i distribuciju procjenjuje se kako je više od milijun ljudi ušlo u zemlju. Po broju prijava za azil na drugom je mjestu bila Mađarska sa 177 130 zahtjeva. Hrvatska od samog početka nije bila zemlja u koju su migranti dolazili kako bi ostali, već je služila samo kao tranzitna zemlja preko koje se putovalo do bogatijih zemalja. Kao posljedica reakcija pojedinih država na priljev migranata (dizanje ograda, zatvaranje granica), javilo se kratkotrajno narušavanje međudržavnih odnosa između Srbije i Mađarske, Hrvatske i Srbije, kao i Hrvatske i Mađarske.

U 2015. godini, u Europu je prema podacima Eurostata ušlo 1 321 560 migranata, većina njih izbjeglica iz ratom pogođenih Sirije, Afganistana i Iraka. Prema podacima Frontexa, agencije Europske unije koja se brine o osiguranju njenih vanjskih granica, na europski je kontinent 2015. godine stiglo preko 1 800 000 izbjeglica i migranata. U prvih dva mjeseca 2016. godine u Europu je ušlo 135 000 izbjeglica i migranata, a razlog smanjenja broja su postroženi kriteriji prihvata te djelomično lošiji vremenski uvjeta za put. Hrvatska se nalazi na takozvanoj "balkanskoj ruti" preko koje u EU 2015. godine ušlo više od 800 000 migranata što je čini daleko najaktivnijim putem za osobe koje su azil zatražile u jednoj od država EU. Kada se početkom ljeta 2015. počeo intenzivirati priljev ljudi u Europu, Hrvatsku su izbjeglice/migranti zaobilazili na

svojem putu prema zapadnoj Europi, a ruta ulaska u EU se ustalila preko Grčke, Makedonije, Srbije i Mađarske. No, početkom rujna 2015. godine konzervativni mađarski premijer Viktor Orban zatvorio je granične prijelaze prema Srbiji i započeo izgradnju ograde čiji je cilj bio spriječiti migrante/izbjeglice da ulaze u Mađarsku. Kada je polovicom rujna granica Mađarske i Srbije efektivno zatvorena za izbjeglice i migrante, oni su se okrenuli prema Hrvatskoj. Od tog trenutka, točnije 16. rujna 2015. godine, migrantska kriza dospjela je i u Hrvatsku.

Zbog velikog broja izbjeglica i migranata koji su ranoj jeseni pohrlili iz Srbije u Hrvatsku, što je ponekad znalo biti i gotovo 10 000 ljudi na dan, u Opatovcu (blizu granice sa Srbijom) je otvoren prihvatni centar iz kojeg su migranti/izbjeglice organiziranim prijevozom (vlakovima, autobusima) uglavnom prevoženi prema mađarskoj granici. Kako je i bilo za očekivati, Viktor Orban nije bio sretan solucijom u kojoj mu migranti/izbjeglice umjesto iz Srbije dolaze iz Hrvatske te je Mađarska do 17. listopada zatvorila granicu za migrante prema našoj državi. Time su njihove opcije za put prema zapadu svedene na prelazak preko Slovenije, što je u prvim danima nakon zatvaranja mađarske granice dosta pritislulo naše zapadne susjede. Granični prijelazi Bregana i Trnovec bili su zakrčeni izbjeglicama. No nakon nekog vremena stanje se smirilo, a prijelaz izbjeglica između dvije države tekao je glatko. Usprkos tome, Slovenija je sredinom studenog 2015. postavila žilet-žicu na granici s Hrvatskom što je izazvalo brojne prosvjede kako ljudi tako i političara. Zbog nadolazeće zime Hrvatska je prihvatni centar u Opatovcu zatvorila te početkom studenog otvorila novi u Slavanskom Brodu, primjereniji za prihvaćanje migranata/izbjeglica tijekom hladnijeg vremena. Prosinac i siječanj obilježilo je svojevrsno zatišje oko migrantske krize koju su s naslovnica istjerali izbori i naknadni pregovori oko formiranja nove hrvatske Vlade.

U Europi je nezadovoljstvo počelo kuhati te se u mnogim državama kod nemalog dijela građana inicijalno prijateljski i otvoreni stav javnosti počeo okretati. Među određenim grupama stanovništva ksenofobija je ulovila maha, što je bilo pojačano povremenim incidentima u kojima su sudjelovali migranti, a koje su ekstremno desno orijentirani mediji isticali kao primjer nemogućnosti integracije migranata u države Europe. Otpor prema politici otvorenih vrata ojačao je i među političkim strukturama pa se tako Njemačka našla pod pritiskom zemalja Višegradske skupine (Češka, Slovačka, Mađarska, Poljska) koja se otvoreno protivila planu

proporcionalne relokacije migranata u državama EU (koji ionako nije zaživio). Krajem siječnja 2016. Austrija je uvela restrikcije u prijemu izbjeglica i migranata iz Slovenije, čime je izazvala domino efekt na "balkanskoj ruti". Kriterije su postrožile Slovenija, Hrvatska, Srbija i naposljetku Makedonija, uz namjeru da se ekonomske migrante, dakle ljude koji nisu izbjegli s ratom pogođenih područja već su krenuli u EU u potrazi za poslom, više ne pušta preko granica. Krajem veljače 2016. Austrija je uvela i kvote - dnevno su počeli propuštati do 3 200 migranata u tranzitu i primati samo 80 zahtjeva za azilom, čiji su broj na godišnjoj razini ograničili na 37 500. To je opet izazvalo prilagodbu svih država na ruti.

U ožujku 2016. predsjednik Europskog vijeća Donald Tusk objavio kako je postignut dogovor između EU-a i Turske o izbjegličkoj krizi. Dogovor podrazumijeva da izbjeglice koje stižu u Grčku, a ne ispunjavaju uvjete za azil, budu vraćene u Tursku. Prema istom planu za svaku vraćenu osobu, EU bi primila jednu izbjeglicu iz Sirije. Njemačka kancelarka Angela Merkel izrazila je zadovoljstvo zbog dogovora EU i Turske, ukazujući da njegova realizacija neće biti laka.

4. TEORIJSKI KONCEPT RADA

4.1. Masovni mediji i komunikacije

Ono što čini medije mijenja se kroz vrijeme, no možemo definirati nekoliko ključnih karakteristika koje se mogu primijeniti na sve medijske produkte u bilo kojem vremenu. Te osnovne karakteristike Rayner, Wall i Kruger (2001) saželi su u nekoliko izjava: mediji dopiru do velikog broja ljudi; mediji, iako centralno proizvedeni, obično se konzumiraju privatno; mediji su kontrolirani i regulirani; mediji se oslanjaju na sofisticiranu tehnologiju; mediji su moderni; mediji su skupi; mediji nam prenose što se događa u svijetu; mediji imaju utjecaj; mediji su veoma profitabilni. Teško je točno odrediti granicu između teorije medija i teorije društva. Denis McQuail zagovara stajalište da mediji čine posebnu društvenu instituciju unutar društva koja ima svoja pravila i prakse, no ipak je podređena definicijama i ograničenjima šireg društva. Mediji su tako ovisni o društvu, no imaju određeni dio samostalnog utjecaja te autonomiju koja

njihovim aktivnostima, ekonomskim značajem i neformalnom moći raste (McQuail, 1983).

Prema Giddensu „masovni mediji su mnogobrojni i između ostalog, uključuju televiziju, novine, filmove, časopise, radio, reklamu, videoigre i CD-ove. O njima se govori kao o masovnim medijima jer su namijenjeni masovnoj publici – golemom broju ljudi. O njima se katkada govori kao o masovnim komunikacijama. Masovni mediji često se povezuju samo sa zabavom i kao takvi se smatraju nevažnim za ljudske živote. No takvo je shvaćanje nepotpuno: masovne komunikacije uključene su u i u mnoge druge aspekte društvenih aktivnosti. Mediji poput novina i televizije znatno utječu na naša iskustva i javno mnijenje. To nije samo zato što specifično utječu na naša stajališta, nego i jer su sredstvo pristupa znanju o kojem ovise mnoge društvene aktivnosti“ (Giddens, 2001:452). Pojam masovni mediji odnosi se na organizirana sredstva za otvorenu komunikaciju na daljinu, upućenu mnogim primateljima unutar kratkog vremena. Ti su kriteriji relativni jer su najraniji oblici masovnih medija (printane knjige i pamfleti) bili limitirani na manjinu društva koja je bila pismena i bila blizu mjesta izdavanja. Od najranijih oblika medija postoji kontinuirani razvoj novih tehnologija, pa tako raste kapacitet, brzina i efikasnost emitiranja (McQuail, 1983).

Razlikujemo proces masovne komunikacije u kojem je informacija poslana velikom broju ljudi (masama) i masovne medije koji su sredstva prenošenja ili komuniciranja tog materijala tim ljudima. Masovna komunikacija uključuje upotrebu tiska ili elektroničkih medija kao što su novine, magazini, film, radio ili televizija kako bi komunicirali prema velikom broju ljudi koji se nalaze na različitim mjestima. A. A. Berger (1995), prema idejama H. Lasswella, C. Wrighta i brojnih drugih, navodi socijalne funkcije masovnih komunikacija. Ukratko, to su:

- Nadzor - ljudi koriste masovne komunikacije kako bi bili u toku s onim što se događa u društvu ili kako ne bi propustili nešto njima bitno. Ovo uključuje sve, od provjere vremenske prognoze i prometa, do praćenja lokalnih, nacionalnih i svjetskih događaja. Ovdje valja spomenuti element anksioznosti koji tjera ljude da obraćaju pozornost na informacije oko njih; što se više otuđeno i odvojeno od

drugih osjećamo, to više percipiramo društvo kao opasno te se oslanjamo na funkciju nadzora.

- Integracija i korelacija – mediji pomažu ljudima da organiziraju informacije i pokušaju naći smisao kroz masovne komunikacije. Nadzor nam pruža podatke, integracija i korelacija pomažu interpretirati te podatke i povezati ih s našim interesima i svakodnevnim životom.
- Zabava i igra (prema Williamu Stephensonu (1967)) – smatra se da se previše pozornosti posvećuje efektima i ulozi masovnih komunikacija na oblikovanje razmišljanja i stavova ljudi. Stephenson se bavi elementima igre, ali napominje kako je teško odvojiti informacije od zabave jer informacija može biti zabavna isto kako i zabava može biti informativna.
- Kulturni kontinuitet – masovne komunikacije igraju važnu ulogu u održavanju kultura i subkultura na životu, utječu na društvene i kulturne prakse.
- Mobilizacija – lokalizirana verzija kulturnog imperijalizma. Ako milijuni ljudi gledaju iste programe na televiziji, oni mogu, bez da to shvaćaju, biti izloženi određenim ideologijama i vjerovanjima. Ova teorija tvrdi kako mediji „drogiraju“ („ispiru mozak“ ljudima) te stvaraju pasivne i apatične ljude koji nisu sposobni primati toliko različitih informacija. Međutim, ova teorija ne uzima u obzir selektivnost sadržaja kod ljudi te činjenicu da se ljudi rijetko koncentriraju samo na sadržaj pred njima (Berger, 1995).

Kad govorimo o masovnim medijima i komunikacijama, moramo spomenuti i kritike istih. Prva kritika tiče se fragmentacije života ljudi koja se javlja zbog velike količine sadržaja i medijskog kaosa što negativno utječe na publiku i same pojedince. Eskapizam je kritika koja u medijima (glazba, filmovi, kazalište) vidi bijeg od stvarnosti za ljude, no ovdje moramo primijetiti kako se mediji često bave novostima i edukacijskim programima koji su po svojoj prirodi suprotni bijegu od stvarnosti. Eskapizam može, do neke mjere, biti i ovisnost (npr., mnogo vremena provedenih gledajući televiziju ili igrajući videoigre). Treća kritika predlaže da masovni mediji i komunikacije neizbježno vode prema masovnom društvu ljudi koji su izgubili svoju

individualnost kulturnim preferencijama (kulturna homogenizacija). Četvrta kritika tiče se stereotipiziranja koje se pojavljuje iz razloga što mediji zbog velikih količina informacija koje prenose nemaju vremena ni prostora za razvijanje realističnih i kompleksnih karakterizacija. Tada se koriste stereotipni prikazi koji su često negativni i opasni jer lažno prikazuju određene skupine ljudi. Masovne se medije i komunikacije kritizira i zbog etnocentrizma, odnosno prikaza događaja isključivo iz vlastite perspektive. Posljednja kritika jest lažni prikaz realnosti, no tom ćemo se temom baviti u posebnom poglavlju.

4.2. Framing teorija

U jednom od svojih posljednjih djela, E. Goffman (1974) koristi socijalnu konstrukciju zbilje, ali sa zapletom. Općenito problematika socijalne konstrukcije zbilje fokusira se na samu ljudsku zbilju, no Goffman kreće od pojedinca i pita se pod kojim uvjetima mislimo da su stvari stvarne. Goffman je zainteresiran za unutarnju organizaciju individualnog iskustva i za procese kroz koje pojedinac može iskusiti dijelove svijeta kao više ili manje stvarne, a nije zainteresiran za stvarnost ili ontološki status samog svijeta. Ideja okvira njegova je glavna ideja za razumijevanje ljudskog doživljaja nekog iskustva. Okviri su principi organizacije koji upravljaju društvenim događajima i našim subjektivnim sudjelovanjem u njima; koristimo ih kako bismo odabrali određene elemente iz neke situacije na koje obraćamo pozornost dok ostale ignoriramo. Okviri nam govore što da vidimo, ali i kako da budemo aktivno uključeni u danu situaciju. Goffman tvrdi da se više okvira može koristiti za istu situaciju, da se okviri mogu graditi i imati slojeve na skoro beskonačno različitih načina. Tako ljudsko iskustvo može biti slojevito i kompleksno, a kako smo mi i naše uloge povezani s definicijom situacije, mi možemo imati višestruke uloge.

Okviri su interpretativne sheme koje pojedinci koriste kako bi izdvojili dijelove beskonačne struje aktivnosti i događaja. Dva su primarna okvira: prirodni i društveni. Razlika između prirodnih i društvenih okvira je funkcionalna. Prirodni okviri identificiraju događaje kao fizičke događaje koje doživljavaju doslovno i ne pripisuju im nikakvu društvenu silu ni kauzalnost. Društveni okviri na događaje gledaju kao društveno vođene pojave zbog hirovitosti, ciljeva i manipulacija od strane drugih

društvenih igrača (ljudi). Društveni okviri grade se na prirodnima te imaju veliki utjecaj na to kako podatke interpretiramo, procesuiramo i komuniciramo. Korištenjem tih dvaju okvira pojedinci doživljavaju stvari kao stvarne. Goffmanova (1974) pretpostavka je da su ljudi sposobni korisnici tih okvira na svakodnevnoj bazi bez obzira na to bili oni toga svjesni ili ne.

Entman (1993) govori o tome kako je okvire teško primijetiti u cijelosti te kako se sama priroda procesa teorije okvira ne identificira lako. Kako bismo mogli identificirati okvire u vijestima, Entman predlaže pet popularnih načina okvira:

1. konflikt; gdje je pozornost na samom konfliktu umjesto donesene odluke,
 2. ljudski interes/personalizacija; prezentira se priča s ljudskim licem, osobnost se ističe ispred nekih važnijih aspekata,
 3. posljedice; čiji raspon uvelike može varirati,
 4. moralnost; mediji često moraliziraju, ponekad zbog indiskrecija političkih aktera ili pak se neke politike mogu gledati kao moralno upitne,
 5. odgovornost; pripisuje se odgovornost bilo zbog uzroka ili rješenja (npr. prirodne katastrofe – odgovornost je globalna, a istovremeno se optužuje nepripremljenost lokalnih vlasti).
- Entman, poput Goffmana, razlikuje dva tipa okvira; specifični, koji se tiče posljedica nekog događaja, predviđanja razvoja događaja i problema odgovornosti; opći, koji se bavi konfliktima i političkim igrama umjesto okvirima vrijednosti.

Kad se teorija okvira koristi u vijestima, to se manifestira na način da se vijesti fokusiraju na uspostavljanje kognitivnih prečaca, simplifikaciju, odvratanje pozornosti publike od važnih problema i ograničavanje njihove sposobnosti da razmišlja „izvan okvira“. Temelj teorije leži u tome da mediji usredotočuju pažnju na određene događaje koje zatim smještaju u područje značenja. Teorija okvira govori o tome da kako je nešto prezentirano publici zapravo utječe na to kako ljudi odabiru obraditi i prihvatiti tu informaciju. Okviri su apstrakcije koje služe organiziranju i strukturiranju značenja poruka. Njihova najčešća upotreba je ona u terminima okvira u koje vijesti ili mediji stavljaju informacije koje prenose. Teorija okvira objašnjava kako mediji kreiraju okvire na način da predstavljaju vijesti s već unaprijed definiranim i uskim kontekstualizacijama. Mediji privlače pozornost publike na određene teme – stvara se agenda, a nakon toga i okvir kroz koji publika shvaća informacije (Entman, 1993).

4.3. Medijska konstrukcija zbilje

Prije nego što se pozabavimo temom medijske konstrukcije zbilje, valja spomenuti društvenu konstrukciju iste. Berger i Luckmann (1967) pišu o tome kako se svakodnevni život predstavlja kao zbilja interpretirana od strane ljudi i kao zbilja subjektivno značajna za ljude kao koherentan svijet. Unutar okvira sociologije, kao empirijske znanosti, moguće je uzeti tu stvarnost kao danu bez da se dublje ulazi u temelje i analize te stvarnosti što je filozofski zadatak. Zbilja svakodnevnog života organizirana je oko „ovdje“ i „sada“. To „ovdje“ i „sada“ je fokus naše pozornosti prema svakodnevnom životu. To što nam je „ovdje“ i „sada“ dano u svakodnevnom životu je *realissimum* naše svijesti. Zbilja svakodnevnog života nije iscrpljena tim neposrednim prisutnostima, već prihvaća fenomene koji nisu prisutni „ovdje“ i „sada“. To znači da mi doživljavamo svakodnevni život u smislu različitih stupnjeva bliskosti i udaljenosti (prostorno i vremenski). Najbliže nam je zona svakodnevnog života ona koja je direktno dostupna našem tjelesnom utjecaju te ta zona sadržava svijet unutar našeg dohvata, svijet u kojem djelujemo kako bi modificirali njegovu zbilju, svijet u kojem radimo.

Sociolozi proces aktivnog stvaranja značenja nazivaju socijalnom konstrukcijom zbilje, što bi značilo da, iako zbilja postoji, mi moramo pregovarati o tome koje je njeno značenje. Najjednostavnije rečeno, različiti ljudi različito interpretiraju iste događaje i zbilju samu. Na mikro razini, u našim pojedinačnim životima mediji igraju bitnu ulogu u kontekstu društvenih sila poput ekonomije, politike i tehnološkog razvoja. Sociologija predlaže da, ukoliko želimo shvatiti medije i njihov utjecaj na naše društvo, moramo razmotriti veze između medija i socijalnog svijeta. Tako masovni mediji u suvremenom društvu postaju bitni u svakodnevnoj socijalizaciji gdje upravo putem njih razvijamo i prihvaćamo određene vrijednosti i vjerovanja.

Iz sociološke perspektive, mediji igraju krucijalnu ulogu u gotovo svim aspektima naših života, a sociološka važnost proteže se iznad samih poruka koje prenose. Mediji također utječu na to kako učimo o svijetu i međusobnim interakcijama. Masovni mediji povezani su s procesom socijalnih odnosa. Na primjer, nekad su političke debate bile praćene uživo na način da je pojedinac fizički morao biti prisutan,

no danas mi debate možemo pratiti putem medija, komentara i analiza debate te tako formirati mišljenje (Croteau i Hoynes, 2003).

Hromadžić (2014:147) piše kako iz medijskih studija već desetljećima znamo da mediji nikako nisu samo puki čimbenik prijenosa informacija, već oni aktivno djeluju u konstrukciji društvene, političke, ekonomske, kulturalne i svake druge realnosti, ali su istovremeno i proizvod istih tih realnosti. Zaključuje: „važno je još jednom naglasiti kako mediji ne samo da sudjeluju u konstruiranju socijalne zbilje, već su i sami, prije svega, konstrukt mnogih determinirajućih čimbenika, poput primjerice korporativno-poslovnih politika na medijskim tržištima ili ideološko-političkih društvenih intencija. Shodno tomu, mediji svojim učincima – koji su splet produkcijsko-sadržajnih modela, tehnološko-estetizacijskih oblika, korisničkih praksi i ekonomsko-političkih društvenih uvjetovanosti njihova funkcioniranja – sujeluju u proizvodnji (a pritom su i sam proizvod!) niza društvenih, komercijalnih, ideološko-političkih, kulturalnih i opće-vrijednosnih implikacija“.

Unutar teorija medija koje se bave ulogom medija u definiranju zbilje postoje debate kojima se bavi T. Bennett. Bennetova (1982) primarna svrha u eseju *Media, „reality“, signification* bila je sažeti i prikazati neke od centralnih područja debate. Izjava da su mediji odreditelji socijalne zbilje u sebi sadrži dualnost. S jedne strane je zbilja („*the real real*“), a s druge ono što mediji prikazuju kao zbilju što ostaje izvorom teorijskih poteškoća. Predložiti da bi medije trebalo gledati kao stvaratelje socijalne zbilje znači predlagati da događaji o kojima se piše i način na koji su oni značajni utječu na to kako mi percipiramo svijet i kako se ponašamo. Tako se potvrđuje da su mediji posrednici, da u izvještavanju o događaju predlažu određene okvire za interpretaciju tih događaja, oblikujući našu svijest što ima društvene i političke posljedice. Gledano na taj način, mediji nisu odvojeni od društvene zbilje koju pasivno reflektiraju, već su oni dio društvene zbilje gdje doprinose logici i smjeru njenog razvoja kroz društveno artikulirane načine kroz koje oblikuju naše percepcije.

4.4. Objektivnost u medijima

Vladajuće norme većine zapadnih medija pozivaju na prakticiranje objektivnog, informativnog izvještavanja. Objektivnost je relativno kompleksna ideja kad gledamo iznad ideje da bi vijesti trebale biti pouzdane kad izvještavaju o događajima u svijetu. Najjednostavnija verzija ideje o tome što nam vijesti donose može se nazvati činjeničnost. To se odnosi na tekstove sastavljene od jedinica informacija potrebnih za razumijevanje ili reagiranje na događaj. U novinarskim terminima to bi značilo odgovaranje na pitanja tko, što, gdje, kada i ponekad zašto. Kodeks časti hrvatskih novinara diktira sljedeće: „Novinari u svom djelovanju poštuju, štite i promiču temeljna ljudska prava i slobode, a osobito načelo jednakosti svih građana. Posebna se odgovornost očekuje kad se izvještava ili komentira prava, potrebe, probleme i zahtjeve manjinskih društvenih skupina. Informaciju o rasi, boji kože, vjerskoj ili nacionalnoj pripadnosti, životnoj dobi, spolu, seksualnoj orijentaciji, rodnom izražavanju, bilo kojoj fizičkoj ili mentalnoj osobini ili bolesti, bračnom stanju, životnom stilu, društvenom položaju, imovinskom statusu ili razini obrazovanja novinar navodi samo ako je ona izrazito relevantna u kontekstu u kojem se iznosi. Nedopustivo je koristiti stereotipe, pejorativne izraze, ponižavajuće prikazivanje, kao i svaki drugi oblik izravnog ili neizravnog poticanja ili podržavanja diskriminacije.“²

Za mnoge od nas mediji su važan izvor informacija o tome što se događa oko nas te zbog toga mnogi vjeruju da su oni moćno sredstvo za oblikovanje naših stavova i vjerovanja. Taj proces u kojem mediji interpretiraju svijet ili vanjsku stvarnost nazivamo prikazom stvarnosti, a jedna od ključnih zadaća medija je upravo prikazati tu stvarnost nama kao publici. Mediji, kad publici prikazuju događaje, koriste procese selekcije i pročišćavanja koji uključuju elemente simplifikacije kako bi se proizveo tekst koji je dovoljno jasan i razumljiv publici (Rayner et al., 2001). Uzmimo za primjer prikaz sportskog događaja u novinama. Proces prikaza uključuje odabir i naglašavanje određenih detalja. Ono što se često događa jest da elementi koji su kontroverzni ili dramatični budu uključeni u prikaz na račun svakodnevnijih elemenata. Kao posljedica, često kontroverzni elementi postaju centar pažnje u prikazu svijeta. Tako će neredi na

² Kodeks časti hrvatskih novinara preuzet je sa stranice <http://www.hnd.hr/dokumenti>

stadionu sportskog događaja biti naglašeni umjesto samog sportskog događaja, rezultata ili vješte igre igrača.

Važan rezultat simplifikacije u prikazima je pojava stereotipa. Stereotip je generalizacija o grupi ljudi, kojom se istovjetne osobine pripisuju gotovo svim članovima te grupe; neovisno o stvarnim varijacijama između članova. Jednom formirani, stereotipi su otporni na promjene uslijed novih informacija (Aronson et al., 2005). Umjesto da se pojedince prikazuje kao takve, mnogi mediji koriste prečac pa na temelju akcija jednog ili manjeg broja ljudi pripisuju te karakteristike cijeloj grupi. Često su te grupe manjine (etničke ili rasne), a karakteristike koje im se pripisuju su preuveličane pa se tako cijele rasne grupe ili nacionalnosti reduciraju na par karakteristika (npr. Židovi i Škoti su škrti). Zabrinjavajući aspekt stereotipizacije je način na koji se ista može iskoristiti za marginalizaciju i devaluaciju cijelih grupa u društvu.

Pitanje objektivnosti u medijima D. Croteau i W. Hoynes (2003) objašnjavaju kroz rutinske prakse. Svakodnevne rutinske prakse novinarstva ključ su razumijevanja medija više nego apstraktne koncepcije objektivnosti. Radi se o tome da ako gledamo vijesti na različitim programima, čitamo o događaju u različitim novinama, shvatit ćemo da su informacije slične. Novosti imaju tendenciju izgledati slično jer novinari slijede iste osnovne rutine, razgovaraju s istim ljudima, koriste iste formate i promatraju jedni druge kako bi bili sigurni da ne istupaju previše od ostatka profesije. Ako objektivnost razumijemo kao set rutinskih novinarskih praksi, možemo razumjeti zašto većina vijesti izgleda više-manje jednako. Novinari se koriste istim metodama te tu sličnost u reportažama vide kao potvrdu objektivnosti.

Priistranost u vijestima odnosi se na iskrivljavanje stvarnosti, stvaranje negativne slike o manjinama bilo kakve vrste, zapostavljanje uloge žena u društvu, favoriziranje neke političke stranke ili filozofije. Tipični primjeri priistranosti u vijestima su: prevelika zastupljenost društvenog vrha; pozornost je drukčije usmjerena ovisno o tome radi li se o političkom ili društvenom događaju; društvene vrijednosti su konsenzualne i podupiru *status quo*; strane vijesti koncentriraju se na bliže i bogatije te moćnije države;

česta je etnocentrična pristranost u odabiru tema; vijesti reflektiraju vrijednosti i odnose moći društva u kojem dominiraju muškarci; manjine su marginalizirane, ignorirane ili stigmatizirane; vijesti o zločinima previše prikazuju nasilje i osobne zločine a zanemaruju stvarnost rizika za društvo (McQuail, 1983).

4.5. Utjecaj medija na publiku

Jedan od glavnih zadataka sociologa i drugih znanstvenika koji se bave temom masovne komunikacije je procjena komunikacijske revolucije i kontroverze koje nosi sa sobom. Zadatak je skupiti znanstvene podatke utjecaja medija na publiku. Različiti mediji odgovorni su za stvari poput (1) snižavanja standarda kad je u pitanju kulturni ukus, (2) povećanja stope delinkvencije, (3) doprinosa generalnom moralnom opadanju, (4) ušuškavanja masa u političku površnost i (5) potiskivanja kreativnosti. S druge strane postoji struja koja tvrdi kako mediji imaju pozitivnu stranu jer (1) otkrivaju korupciju, (2) zaštitnici su slobodnog govora, (3) donose barem malo kulture milijunima po prvi puta, (4) pružaju bezopasnu zabavu umornim masama urbane industrijske radne snage, (5) informiraju o svjetskim događajima (DeFleur, 1966).

Kako bi probali objasniti efekte masovnih medija na publiku, autori predlažu brojne ideje, teorije, pretpostavke i hipoteze. Pitanje koje dominira ovom temom upravo je utjecaj medija. Kako to mediji utječu na nas kao pojedince, na koje nas načine uvjeravaju u određene političke ideologije, tjeraju da kupujemo više stvari, da mijenjamo svoje kulturne ukuse, da smanjimo ili povećamo predrasude, da mijenjamo svoje standarde seksualne moralnosti, da usvojimo inovacije ili čak promijenimo ponašanje. DeFleur (1966) izdvaja nekoliko teorija kako bi objasnio utjecaj medija na publiku. Teorija socijalnih kategorija ima glavnu pretpostavku da, usprkos heterogenosti modernog društva, ljudi koji imaju određeni broj sličnih karakteristika imat će i slične preferencije. Članovi određene kategorije birat će više ili manje iste komunikacijske sadržaje na koje će reagirati skoro identično. Teorija kulturnih normi pretpostavlja da masovni mediji kroz selektivnu prezentaciju i naglasak na određene teme stvaraju dojam kod svojih publika kako je zajednička kulturna norma vezana za naglašene teme koje su oblikovane i definirane na specifičan način. Postoje barem tri načina na koje mediji mogu potencijalno utjecati na norme i definicije situacije kod pojedinaca. Prvo,

sadržaj masovne komunikacije može potkrijepiti postojeće uzorke i navesti ljude da vjeruju kako su dane društvene forme održavane od strane samog društva. Drugo, mediji mogu stvoriti nova zajednička uvjerenja o temama s kojima se publika ranije nije susretala. Treće, mogu promijeniti postojeće norme te tako izmijeniti ponašanje ljudi.

Dokaze utjecaja masovnih medija na publiku McQuail (1977) dijeli u pet kategorija:

- Kampanje - kategorija koja uključuje političke i izborne kampanje, reklame te neke oblike edukacije. Zajedničko im je da imaju specifične ciljeve i plan da ih ostvare, vremenski su određene, nisu nužno popularne kod publike pa im moraju biti „prodane“. Kampanje obično imaju ciljeve poput glasovanja, donacije, kupovine, edukacije, zdravlja, sigurnosti i slično. Kako bi kampanja bila uspješna, poruka mora biti bitna publici. Informativne kampanje u pravilu bolje prolaze od onih koje pokušavaju promijeniti stavove ili mišljenja, a novije teme i one manje bliske publici pokazale su se zanimljivijima. Također, kampanje koje omogućuju neposredne akcije i odgovore su uspješnije, a ponavljanje neke kampanje povećava šansu za jači efekt.
- Definicija društvene realnosti i formiranje društvenih normi pripadaju drugoj kategoriji koja govori o procesu učenja kroz medije. Taj je proces često nesvjestan, neplaniran i slučajan. Čak ni sami mediji često nemaju namjeru provoditi taj proces uz iznimku društva u kojima mediji preuzimaju planiranu i namjernu ulogu društvenog razvoja. S jedne strane, postoji konzistentna slika socijalnog svijeta koja može potaknuti publiku da usvoji tu verziju realnosti, realnosti činjenica, normi i očekivanja. S druge strane, postoji kontinuirana i selektivna interakcija između ljudi i medija koja igra ulogu u oblikovanju ponašanja i samoshvaćanja pojedinaca. Postoje brojna istraživanja koja pokazuju da mediji imaju tendenciju prikazati limitiran i ponavljajući opseg slika i ideja koje tvore posebne verzije realnosti. Tu možemo spomenuti istraživanja: Galtung i Ruge (1965) o stranim državama, Berelson i Steiner (1950) o američkim etničkim manjinama, Baker i Ball (1969) o prikazu nasilja, De Fleur

(1964) o zanimanjima, Franzwa (1974) o prikazu ženskih uloga, Halloran et al. (1970) o novinskom prikazu vojnih demonstracija itd. Mediji pomažu u uspostavljanju prioriteta u društvu vezano uz njegove probleme i ciljeve, a to postižu objavljivanjem prema dogovorenoj skali vrijednosti koja je obično određena političkim sustavom.

- Neposredni odgovor i reakcijski učinci - kategorija koja se bavi nenamjernim, generalno nepoželjnim efektima - problemom kriminala i nasilja te panike nastale kao reakcija na vijesti i informacije. Ovdje su bitne okolnosti neposrednog primanja te brzina kojom se informacije prenose. Mogućnost da primljena informacija masovnog medija izazove raširenu i kolektivnu paniku moguća je, no ne događa se često. Najpoznatiji primjer je „War of the Worlds“ epizoda američkog serijala radio-dramske serije koja se emitirala kao noćna epizoda serijala 30. listopada 1938. Epizoda je bila prilagodba romana H. G. Wellsa "*The War of the Worlds*" (1898.), a postala je poznata po tome što je izazvala paniku slušatelja koji su pomislili kako se napad na Zemlju zaista događa.
- Posljedice na druge društvene institucije - govore o tome kako se institucije moraju natjecati s medijima za vrijeme i prostor ostvarivanja svojih ciljeva. Mediji često mogu skretati pozornost od bitnijih stvari što utječe na institucije. Očekivano bi bilo da posao, socijalne službe, znanost i vojska budu pogođeni dostupnošću masovnih medija. No, odmor i sport uz dodatak politike i edukacije najviše su povezani s masovnim medijima.
- Posljednja kategorija, promjene kulture i društva, uz potporu istraživanja zaključuje kako je zajednička tema u istraživanjima iskustvo (ili ono što smatramo iskustvom) koje postaje sve više indirektno i upravljano. Bilo slučajno ili planski, sve više ljudi prima sličnu verziju svijeta (McQuail, 1977).

S druge strane utjecaja medija nalazi se publika, odnosno aktivna publika kao kritika na teorije koje zagovaraju ideju velike moći uvjeravanja koju mediji posjeduju. Aktivna publika je ona kojoj mediji ne mogu na direktan način govoriti što da radi ili kako da se ponaša jer ljudi nisu glupi, naivni i lako dominirani kako ih mediji prikazuju. Prva vrsta aktivnosti kod publike je interpretacija. Značenja medijskih poruka nisu fiksirana, već ih konstruiraju članovi publike. Interpretativna aktivnost ključna je jer je to proces primanja poruka i davanja im značenja. Medijske poruke, često s vrlo jasnom idejom što žele reći, nisu jednostavno bačene na pasivnu publiku, već publika interpretira poruku, dodaje značenje njenim brojnim komponentama. Ponekad namijenjena poruka može odgovarati primljenoj, no nema garancije da će autor poruke prenijeti poruku upravo kako želi. Publika možda neće znati implicitno referiranje, možda će se koristiti drugačijim okvirom, možda će se fokusirati na druge aspekte od onih koje je autor zamislio, možda neće konstruirati isto značenje iz istog medijskog teksta. Druga aktivnost publike tiče se svakodnevnog života. Publika interpretira poruke društveno, a mediji su dio naših društvenih života u kojima aktivno sudjeluju. Treća moguća aktivnost publike je kolektivna akcija. Radi se o situacijama kada se publika okuplja (protest, bojkot) s ciljem promjene medijskih tekstova (Croteau i Hoynes, 2003).

4.6. Istraživanja na temu prikaza manjinskih grupa u medijima

Jedno od opširnijih istraživanja na temu prikaza etničkih manjina proveo je, primjenjujući metodu analize sadržaja, *Media Diversity Institute* iz Londona 2001. godine u deset država Jugoistočne Europe, uključujući i Hrvatsku. Komparativna analiza dnevnih novina u Jugoistočnoj Europi pokazala je različitosti, ali i zajedničke odlike izvještavanja o etničkim manjinama u cijeloj regiji. Neki od najvažnijih rezultata pokazali su da izvještavanje ovisi o ukupnoj političkoj stabilnosti i kvaliteti međuetničkih odnosa u zemlji, rasprostranjeni i duboko ukorijenjeni stereotipi i predrasude vidljivi su u tisku, medijski standardi i novinarska praksa otežavaju nepristran prikaz različitosti (Milivojević, 2003 prema Kanižaj, 2004).

Mesić i Bagić (2005) u svom istraživanju o nacionalnim manjinama u Hrvatskoj u tisku zaključuju da njihova analiza sadržaja vodećih dnevnih novina u zemlji ne

dokazuje da tisak nacionalne manjine u Hrvatskoj prikazuje negativno ili pogrdno. Gledajući materijale, Jutarnji list je u promatranom razdoblju pokrio sve važne političke događaje i vijesti vezane uz manjine, no ne previše opsežno ili temeljito. Tisak se nije bavio kulturnim i društvenim pitanjima manjina.

Braham (1982) se bavio problematikom prikaza rase u medijima. Vrijednosti kojih se određene novine drže utječu na to koje vijesti će biti odabrane kao vrijedne čitanja te određuju kako će se određena priča prikazati čitatelju. Pokrivanje vijesti o rasi često mijenja ton ovisno o pogledima koji trenutno prevladavaju vezano uz odnos države i rase. Na primjer, pobuna neke rase može biti prikazana kao izolirani incident, kao rezultat zavjere ili kao dio jačanja vala rasnog nemira. Urednik tada ima na umu pitanja poput je li rasa trenutno zanimljiva kao tema, kako druge novine pokrivaju te događaje, jesu li političari uključeni u to ili ne, postoje li drugi događaji koji bi mogli pojačati ili smanjiti značaj događaja u pitanju. Ako novinari i čitatelji određenu rasu povezuju s konfliktom i vide imigraciju kao prijetnju, novinari i urednici pritisnuti rokovima i ograničeni prostorom mogu jednostavno tretirati novost o rasi u skladu s već prije prihvaćenim definicijama. Oni prezentiraju vijest koja se tek dogodila unutar poznatih okvira i na način koji je lako shvatljiv čitateljima. Ondje gdje prevladavaju neprijateljska vjerovanja prema imigrantima, vijesti koje o imigrantima pišu pozitivno mogu biti viđene kao dokaz da mediji ne prikazuju stvarnu sliku stanja, dok selektivna percepcija preuveličava količinu materijala koji negativno govore o imigrantima. Ukoliko je poruka medija neprikladna, vjerojatno će biti izmijenjena ili odbačena kako bi se uklopila u primateljev pogled na svijet. Ljudi imaju tendenciju reagirati na medije prema svojim inicijalnim stavovima.

Van Dijk (1982) u knjizi *Communicating Racism: Ethnic Prejudice in Thought and Talk* navodi niz istraživanja na temu prikaza manjina. Neka od njih su ono autora Hartmann i Husband (1974) koji su proveli analizu sadržaja novina (*Times*, *Guardian*, *Daily Express* i *Daily Mirror*) kroz period od sedam godina (1963-1970). Glavne teme novinskih članaka bile su: kućanstvo, edukacija, zdravlje, zaposlenje, broj imigranata, diskriminacija, policija, zločin, neredi i kulturne razlike. Dominantna tema u tom periodu bila je imigracija iz istočne Afrike, Kariba i Indije. U toj, ali i drugim temama, manjine se prikazuju kao prijetnja koja stvara probleme. Na ljude se gleda kao na

„brojeve“ koji su navalili na državu, percipira ih se kao konkurenciju za kuće, poslove, edukaciju i društveno blagostanje i često povezuje sa zločinima, pobunama i sl. Drugim riječima, imigracija i društveni problemi redefinirani su kao rasni problemi. Tisak obraća pozornost na konflikte, tenzije, zamjerke prema novim građanima, ali se ne bavi problemima i posljedicama tog zamjeranja kao što su etničke predrasude, rasizam i diskriminacija crnaca. Manjinske grupe nisu bile prikazane kao dio britanskog društva, već kao „autsajderi“ koji bi trebali ostati vani. Autori zaključuju kako mediji nisu samo izrazili generalno mišljenje i osjećaje, već su sami doprinosili tim negativnim osjećajima. Druga britanska istraživanja potvrđuju takve zaključke. Critcher, Parker i Sondhi (1977) te Troyna (1981) u svojim istraživanjima britanskog regionalnog tiska ustanovili su kako se većina tema tiče zločina i ljudskog interesa te nacionalnih problema imigracije i debate o legislaciji iste. Istraživanja nizozemskog tiska u 80-ima (van Dijk, 1983, 1987), koja su kvalitativna i kvantitativna, prikazuju sličnu sliku onoj u britanskim i američkim medijima 60-ih i 70-ih. Etničke manjinske grupe ponekad se suptilno povezuju s društvenim i ekonomskim problemima. U ranim 1980-ima tema imigracije postaje manje česta, no socioekonomske i kulturne teme indirektno se povezuju s prijetnjom, tenzijama, konfliktom, problemima i ostalim poteškoćama. Nizozemski tisak bavi se problemom droge u Amsterdamu koji je prema njima barem djelomično problem vezan uz crnce. Rasizam je tabu tema, a kada crnci iskuse rasizam, na primjer od strane autoriteta/policije, takvi događaji se ne prikazuju. Istraživanja pokazuju da su pojave etničkih predrasuda i rasizma ili ignorirane ili marginalizirane od strane medija, odnosno o njima se ne piše.

Bez obzira na zemlju, novine, regiju i vremenski period, prikaz rase u novinama ima zajedničke točke koje su uočene u istraživanjima te teme. Etničke manjine i u tisku se slabije spominju. Mnoge od dominantnih tema se direktno ili suptilno povezuju s problemima, poteškoćama, prijetnjama dominantnim vrijednostima, interesima, ciljevima ili kulturi. Etnički događaji prikazuju se iz perspektive većine kojoj se daje više prostora i kredibiliteta nego manjinama. Teme koje su bitne za svakodnevni život etničkih grupa, poput posla, zdravlja, edukacije, političkog života i kulture, kao i diskriminacije manjina na svim tim područjima, jedva se spominju u tisku, osim ako predstavljaju problem za društvo ili su spektakularne. Rasizam se ne prikazuje, reducira

se na incidente i pojedinačne diskriminacije, a rasizam elite ili institucija se rijetko spominje (Van Dijk, 1982).

Sva navedena istraživanja, bez obzira na državu gdje su provedena, upućuju na neke osnovne karakteristike izvještavanja o manjinama:

1. U negativnom se kontekstu izvještava o neuobičajenim događajima poput tragedija, kriminala, nasilja, ekstremizma ili prijetnji javnom redu i miru.
2. Članovi manjinskih grupa predstavljaju se kao drugačiji, opasni i neracionalni, nerijetko uz predrasude, generalizacije i stereotipe.
3. Pripadnike manjinske grupe optužuje se da su sami krivi za svoju sudbinu, te da su ujedno nesposobni promijeniti stvarnost.
4. Socijalni, ekonomski i politički razvoj koji se odnosi na manjine predstavlja se površno, bez ozbiljnih analiza i pojašnjenja (Avraham et al., 2000 prema Kanižaj, 2004).

5. METODOLOGIJA

Cilj našeg istraživanja je vidjeti kako tiskani mediji u Hrvatskoj prikazuju izbjegličku krizu. Kako je najveći izbjeglički val u Hrvatsku stigao sredinom rujna 2015. godine, upravo smo od tog mjeseca krenuli s promatranjem. Promatrali smo razdoblje od šest mjeseci (rujan 2015. – ožujak 2016.) kako bismo vidjeli postoje li kakve promjene u prikazu situacije u tiskanim medijima. Tiskane medije smo odabrali upravo zato jer su nam za iste najdostupniji izvori odnosno baze članaka za analizu. U analizu su ušle sve novine koje su objavile članke vezane uz izbjeglice ili izbjegličku krizu u promatranom razdoblju. Ukupan broj članaka koje smo analizirali iznosi 138.

Članke smo pronašli koristeći stranicu Press Clipping³ uz korištenje sljedećih ključnih riječi: izbjeglička kriza, izbjeglice, imigranti, azil, policija, izbjeglička ruta.

Kako bismo obradili pronađene članke, osmislili smo matricu koju smo podijelili na tri kategorije. U prvoj kategoriji tražili smo opće podatke za identifikaciju. Ovdje smo bilježili u kojim novinama se pojedini članak nalazi, kolika je naklada tih novina, koliko često novine izlaze, koliko je sam članak dugačak, odnosno koliko prostora zauzima, postoje li fotografije u članku i, ako postoje, što one prikazuju. Također smo bilježili u kojem tjednu i mjesecu promatranog razdoblja je članak objavljen kako bismo mogli promatrati eventualne promjene i razvoj situacije kroz vrijeme. U drugoj kategoriji bavimo se dominantnim temama članaka, nositeljima poruke članka i orijentaciji nositelja poruke prema izbjeglicama i izbjegličkoj krizi. U trećoj kategoriji fokusiramo se na prikaz krize, izbjeglica, konflikata i određivanje dominantnog okvira članka. Ovdje odlučujemo koji je dominantni ton medija kada pišu o izbjeglicama, kada pišu o izbjegličkoj krizi i izvještavaju o konfliktima. U ovoj kategoriji odvojili smo ton članka i stav prema krizi, izbjeglicama i konfliktu. Ton članka odredili smo na način da smo kvantitativno gledali koliki dio teksta je posvećen kojoj temi (npr. članak govori o stanju u kampu; ako je većina teksta posvećena izvještavanju o smeću koje izbjeglice ostavljaju iza sebe, tada je ton članka negativan). Stav prema izbjeglicama i krizi te konfliktima određivali smo prema općem dojmu koji članak ostavlja na nas kao čitatelje. Ovdje je prisutan subjektivni moment jer mi kao čitatelji nismo *tabula rasa* te posjedujemo već neke stavove i mišljenja o cijeloj situaciji. Na kraju smo uz pomoć dominantnih tema odredili koji je dominantni okvir prikaza svakog pojedinog članka.

Tradicionalna analiza sadržaja, prema Berelsonu (1952), koristi osnovni slijed koji smo koristili i u ovom istraživanju. Prvi korak je odabir svijeta ili uzorak sadržaja gdje smo odabrali izbjegličku krizu u Hrvatskoj. Drugi korak je uspostavljanje okvira gdje smo kao dva najvažnija prepoznali sigurnost države te humanitarni okvir. Treći korak je odabir jedinice analize gdje smo pomoću ključnih riječi došli do 138 članaka vezanih uz našu temu. Četvrti je korak smještanje svakog članka u neki od okvira, s jedne strane prema kvantitativnoj vrijednosti teksta posvećenoj temi, a s druge strane

³ <http://www.pressclipping.hr/>

prema dojmu koji članak ostavlja. Peti korak je prikaz rezultata koji ćemo iznijeti u idućem poglavlju.

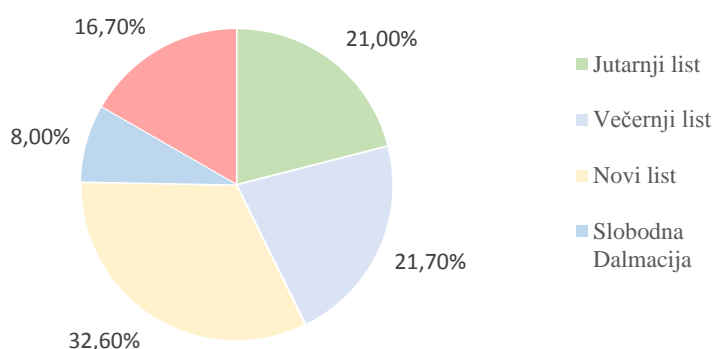
Uz tradicionalnu kvantitativnu analizu sadržaja koristili smo i interpretativni pristup kada smo odlučivali kakav je stav određenog članka prema izbjeglicama, krizi i konfliktu. Upravo se Berelson (1952) bavio kontrastom između tradicionalne analize i interpretativnih pristupa. Strukturalizam i semiologija koji se koriste u interpretativnom pristupu ne uključuju kvantifikaciju. Koncentracija je usmjerena na latentni umjesto manifestirajući sadržaj, a latentno značenje se gleda kao važnije. Strukturalizam ne daje težinu procedurama uzorkovanja te odbija ideju da sve jedinice analize moraju biti tretirane jednako. Strukturalizam ne dopušta pretpostavku da svijet društvene i kulturne stvarnosti, poruka i primatelj nužno obuhvaćaju isti osnovni sustav značenja. Društvena stvarnost sastoji se od brojnih, više ili manje diskretnih, svjetova značenja. Publika se isto dijeli u interpretativne zajednice; svaka ima jedinstvene mogućnosti shvaćanja značenja. Niti jedan od pristupa nije superiorniji drugome, a za neke svrhe moguće je kombinirati spomenute pristupe⁴ što je upravo ono što smo mi u ovom istraživanju pokušali učiniti.

⁴ Primjer takvog hibridnog pristupa je rad na britanskim televizijskim vijestima koji kombinira rigorozne i detaljne kvantitativne analize vijesti s pokušajem shvaćanja dubljeg kulturnog značenja određenih vijesti

5.1. Uzorak

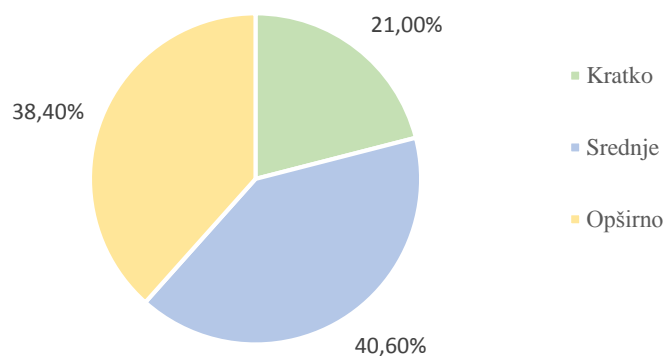
Istraživanje smo proveli na uzorku od 138 članaka objavljenih u hrvatskim tiskanim medijima. To su svi članci koje smo pronašli u 16 različitih tiskanih medija u promatranom razdoblju uz korištenje ključnih riječi. Najviše članaka objavile su dnevne novine Novi list (32,6%), Večernji list (21,7%), Jutarnji list (21%) i Slobodna Dalmacija (8%), dok ostalih 12 novina čine 16,7%.

Slika 1. Novine



Najveći broj članaka (40,6%) bio je srednje opširan, odnosno do jedne stranice u novinama. Opširnih članaka, koji su zauzimali više od jedne stranice ima 38,4%, a onih kratkih, do pola stranice, bilo je 21%.

Slika 2. Duljina članka



5.2. Hipoteze

Kako bismo odgovorili na pitanje kako tiskani mediji prikazuju izbjegličku krizu u razdoblju kada je ona započela i bila na svom vrhuncu, postavili smo pet hipoteza. Prihvatanjem ili odbacivanjem istih, želimo saznati kako su se mediji postavili u toj određenoj situaciji i kakvu su poruku prenosili svojoj publici. Hipoteze su sljedeće:

1. Tiskani mediji o izbjegličkoj krizi ne izvještavaju objektivno/neutralno.
2. Izbjeglice se prikazuju negativno, kao prijetnja sigurnosti.
3. (Vanjska) Politika i sigurnost zemlje spominju se više od ljudskih prava i pomoći izbjeglicama.
4. Broj članaka smanjuje se od rujna 2015. do ožujka 2016.
5. Nema promjene dominantnog okvira kroz tjedne/mjesece.

6. REZULTATI I ANALIZE

6.1. Hipoteze

1) U prvoj hipotezi pretpostavili smo da tiskani mediji o izbjegličkoj krizi ne izvještavaju objektivno i neutralno. Pretpostavili smo da će većina članaka, bilo da se radi o dominantnom tonu ili našoj procjeni stava, biti negativno usmjerena prema izbjegličkoj krizi. Pretpostavka je kako su hrvatski mediji, suočeni s nepoznatim problemom humanitarnog i sigurnosnog karaktera, pribjegli dizanju panike i stvaranju spektakla, umjesto da objektivno iznose činjenice. Ispitujemo za koliko od ukupnog broja članaka možemo reći da su događaj ili vijest prikazali pozitivno, negativno, odnosno neutralno.

Kad smo određivali kako mediji pišu o krizi, proučavali smo čime se bavi najveći dio članka te prema tome procijenili kakav je prikaz krize u svakom pojedinom članku.

Tablica 1. Mediji o krizi

	Frekvencija	Postotak	Valjani postotak	Kumulativni postotak
pozitivno	36	26,1	26,1	26,1
negativno	30	21,7	21,7	47,8
neutralno	72	52,2	52,2	100,0
Ukupno	138	100,0	100,0	

Kvantitativnom procjenom dobili smo kako je najveći broj članaka, njih 72, neutralan prema izbjegličkoj krizi (52,2%). Pozitivno je njih 36 (26,1%), a negativno 30 (21,7%).

Kada smo određivali stav prema krizi, procjenjivali smo ukupan dojam koji članak na nas, kao čitatelja, ostavlja. Ovdje nam nije bilo bitno kolika je količina teksta posvećena kojem aspektu već ukupni dojam koji smo dobili čitajući članak.

Tablica 2. Stav prema krizi

	Frekvencija	Postotak	Valjani postotak	Kumulativni postotak
pozitivno	53	38,4	38,4	38,4
negativno	43	31,2	31,2	69,6
neutralno	42	30,4	30,4	100,0
Ukupno	138	100,0	100,0	

Kod naše procjene, rezultati su malo drugačiji od onih prikaza medija, pa je tako 53 članaka pozitivno (38,4%), 43 negativno (31,2%), a 42 su neutralna (30,4%).

Hipotezu možemo odbaciti, premda postoje razlike između procjena. Najveći broj članaka je neutralan ili pozitivan prema izbjegličkoj krizi i kod medijskog prikaza i kod stava prema krizi.

2) Druga hipoteza pretpostavlja da se izbjeglice prikazuju negativno. Smatramo da, zbog predrasuda, stereotipiziranja i straha od nepoznatog, mediji izbjeglice prikazuju negativno. Suočeni s tisućama ljudi koji su svakodnevno ulazili u našu zemlju, mediji su pribjegli prikazu izbjeglica kao negativaca. Prikazuje ih se kao teroriste, ekonomske migrante koji iskorištavaju situaciju te ih se karakterizira kao opasne i kao prijetnju sigurnosti zemlje i ljudi. Ovdje smo također, kao i u prvoj hipotezi, koristili medijski prikaz – kvantitativnu procjenu te stav medija – našu procjenu.

Tablica 3. Mediji o izbjeglicama

	Frekvencija	Postotak	Valjani postotak	Kumulativni postotak
pozitivno	37	26,8	26,8	26,8
negativno	21	15,2	15,2	42,0
neutralno	80	58,0	58,0	100,0
Ukupno	138	100,0	100,0	

Najviše članaka (58%) izbjeglice prikazuje neutralno. No moramo primijetiti kako je razlog tome što se mediji ne bave previše samim izbjeglicama, već problemima

u državi koji su nastali zbog izbjegličke krize. Pozitivni prikaz nalazimo u 26,8% članaka, a negativan u 15,2%.

Tablica 4. Stav prema izbjeglicama

	Frekvencije	Postotak	Valjani postotak	Kumulativni postotak
pozitivno	53	38,4	38,4	38,4
negativno	32	23,2	23,2	61,6
neutralno	53	38,4	38,4	100,0
Ukupno	138	100,0	100,0	

Kod naše procjene, situacija je malo drukčija pa je tako prikaz izbjeglica pozitivan i neutralan u 38,4% članaka, a negativan u 23,2%. Premda se rezultati razlikuju, vidimo kako se izbjeglice prikazuju negativno u najmanjoj mjeri pa odbacujemo hipotezu.

3) U trećoj smo hipotezi pretpostavili da se (vanjska) politika i sigurnost zemlje spominju više od ljudskih prava i pomoći izbjeglicama. Pretpostavljamo kako se okvir sigurnosti koristi više od humanitarnog okvira upravo zbog straha od nepoznatog i ukorijenjenih stavova prema izbjeglicama. Dva su glavna okvira koja se koriste prilikom prikaza izbjegličke krize: prvi je humanitarni gdje se izvještava o radu volontera i udruga te se poziva na pomoć izbjeglicama i ljudima koji pomažu izbjeglicama; drugi je sigurnost zemlje, koji izbjeglice vidi kao prijetnju sigurnosti te se traže načini, kako unutar Hrvatske tako i kroz suradnju s EU, da se problem riješi u smislu da se izbjeglice što prije uklone iz Hrvatske. Naša je pretpostavka kako se potonji okvir koristi više od humanitarnog upravo zato što pretpostavljamo da se na izbjeglice gleda negativno.

Dominantne poruke članka (1 Potencijalne opasnosti koje izbjeglice predstavljaju, 2 Izvještaj o materijalnim štetama, 3 Stanje u kampovima i na ruti, 4 Potrebna pomoć izbjeglicama, 5 Mišljenja političara EU, 6 Mišljenja političara RH)

podijelili smo u dvije kategorije - sigurnost i humanitarnost. I ovdje smo odvojili medijski prikaz od naše procjene kako bismo vidjeli postoje li razlike.

Tablica 5. Dominantna poruka članka

	Frekvencije	Postotak	Valjani postotak	Kumulativni postotak
opasnost koju izbjeglice predstavljaju	79	57,2	57,2	57,2
humanitarna pomoć	59	42,8	42,8	100,0
Ukupno	138	100,0	100,0	

Opasnost koju izbjeglice predstavljaju kao dominantnu poruku našli smo u 79 članaka odnosno u 57,2% slučajeva. Humanitarnim aspektima bavilo se 59 odnosno 42,8% članaka.

Tablica 6. Dominantni okvir članka

	Frekvencija	Postotak	Valjani postotak	Kumulativni postotak
sigurnost	72	52,2	52,2	52,2
humanitarni okvir	44	31,9	31,9	84,1
teško procijeniti	22	15,9	15,9	100,0
Ukupno	138	100,0	100,0	

Kod procjene dominantnog okvira uveli smo kategoriju „teško procijeniti“ za članke u kojima su oba okvira podjednako zastupljena tj. kada je nama samima bilo teško procijeniti koji okvir prevladava. Sigurnost je i u ovom slučaju dominantna u člancima (52,2%). Humanitarni okvir dominantan je u 31,9% članaka, a u njih 15,9% nam je bilo teško procijeniti jer su oba okvira bila podjednako zastupljena.

Sigurnosni okvir koristi se više od humanitarnog, kako kod dominantnih poruka tako i u našoj procjeni. Premda razlike postoje u ove dvije analize, u oba slučaja sigurnost je dominantna tema/okvir u više od polovice analiziranih članaka. Ovu hipotezu prihvaćamo.

4) Četvrta hipoteza pretpostavlja da se broj članaka smanjuje od rujna 2015. do ožujka 2016. godine. Hipotezu smo provjerili po tjednima i po mjesecima kako bismo dobili bolji uvid u eventualnu promjenu. Analiza se provodi kroz promatrani period od šest mjeseci. Pretpostavljamo da je interes javnosti sve manji kako mjeseci prolaze te da novine više ne izvještavaju svakodnevno s terena, osim u slučaju nekih konkretnijih, većih promjena. Spektakl i burne situacije su zanimljive čitateljima, pa tako smatramo da kad je interes javnosti za temu počeo opadati, možemo primijetiti i sve manje članaka u novinama na tu temu.

Tablica 7. Mjesec objave članka

	Frekvencija	Postotak	Valjani postotak	Kumulativni postotak
rujan 2015	69	50,0	50,0	50,0
listopad 2015	52	37,7	37,7	87,7
studeni 2015	7	5,1	5,1	92,8
prosinac 2015	5	3,6	3,6	96,4
siječanj 2016	2	1,4	1,4	97,8
veljača 2016	3	2,2	2,2	100,0
Ukupno	138	100,0	100,0	

Tablica 8. Tjedan objave članka

	Frekvencija	Postotak	Valjani postotak	Kumulativni postotak
1	4	2,9	2,9	2,9
2	4	2,9	2,9	15,2
3	24	17,4	17,4	35,5
4	33	23,9	23,9	59,4
5	14	10,1	10,1	69,6
6	10	7,2	7,2	76,8
7	9	6,5	6,5	83,3
8	12	8,7	8,7	92,0
9	11	8,0	8,0	100,0
10	6	4,3	4,3	7,2
13	1	,7	,7	8,0
15	2	1,4	1,4	9,4
16	2	1,4	1,4	10,9
17	1	,7	,7	11,6
19	1	,7	,7	12,3
22	1	,7	,7	15,9
23	1	,7	,7	16,7

24	1	,7	,7	17,4
26	1	,7	,7	18,1
Ukupno	138	100,0	100,0	

Vidimo kako je 50% članaka objavljeno u rujnu, na početku krize, 37,7% u listopadu, a nakon toga broj objava drastično opada. Najviše članaka je objavljeno između trećeg i devetog tjedna krize kada je i najveći broj izbjeglica ulazio u Hrvatsku, dok u nekim tjednima nije objavljen niti jedan članak. Hipotezu prihvaćamo.

5) U posljednjoj smo hipotezi pretpostavili da nema promjene dominantnog okvira kroz tjedne i mjesece, smatrajući kako su mišljenja i stavovi ostali isti ili barem slični u promatranom razdoblju. Smatramo kako se mišljenje o izbjegličkoj krizi nije promijenilo kroz promatrani period. Okvir koji je bio dominantan na početku istraživanja ostaje isti. Stavovi i mišljenja koji se iskazuju kroz dominantni okvir duboko su ukorijenjeni stoga smatramo kako neće doći do promjene u promatranom razdoblju. Također ćemo uzeti u obzir tijek događaja vezan uz izbjegličku krizu, odnosno podijeliti promatrani period u tri faze ovisno o broju izbjeglica koji ulaze u Hrvatsku te promjene ruta kojima se kreću.

Tablica 9. Dominantni okvir članka po mjesecima objave

		sigurnost	humanitarni	teško procijeniti	
Mjesec objave	rujan 2015	33	26	10	69
	listopad 2015	33	9	10	52
	studeni 2015	2	4	1	7
	prosinac 2015	0	4	1	5
	siječanj 2016	2	0	0	2
	veljača 2016	2	1	0	3
Ukupno		72	44	22	138

Vidimo kako je sigurnost dominantni okvir članaka objavljenih u prva dva promatrana mjeseca. U ta dva mjeseca sigurnost se kao dominantni okvir pojavljuje u jednakom broju, no u rujnu primjećujemo znatno više humanitarnog okvira (26) u

odnosu na listopad (9). U studenom i prosincu 2015. godine je humanitarni okvir prisutniji, dok je u posljednja dva mjeseca sigurnost opet zastupljenija. Postoji promjena okvira, no uzmimo u obzir broj članaka objavljenih u prva dva mjeseca (121) i u preostala četiri (17).

Tablica 10. Dominantni okvir članka po tjednima objave

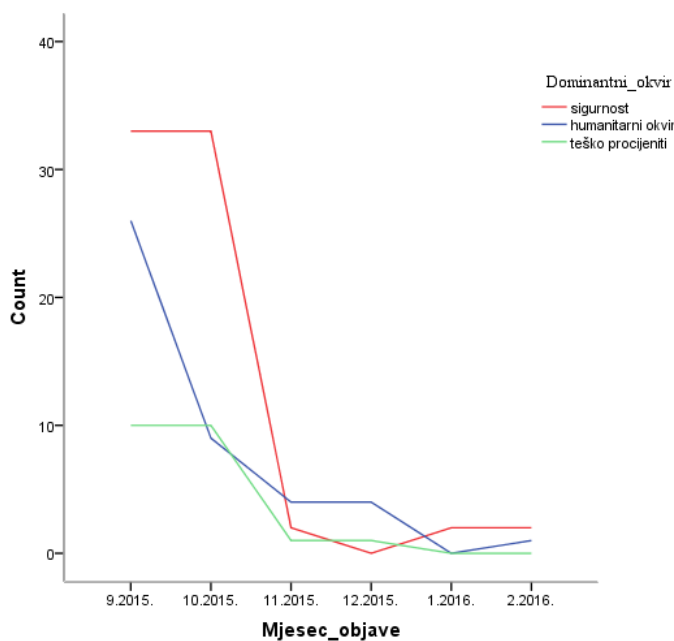
Tjedan objave	humanitarni			
	sigurnost	okvir	teško procijeniti	
1	2	2	0	4
2	2	0	2	4
3	6	15	3	24
4	22	8	3	33
5	8	3	3	14
6	6	2	2	10
7	6	0	3	9
8	5	4	3	12
9	9	1	1	11
10	2	3	1	6
13	0	1	0	1
15	0	1	1	2
16	0	2	0	2
17	0	1	0	1
19	1	0	0	1
22	1	0	0	1
23	0	1	0	1
24	1	0	0	1
26	1	0	0	1
Ukupno	72	44	22	138

Podijelili smo članke u tri faze; faza pripreme u kojoj izbjeglice još nisu počele dolaziti na teritorij Hrvatske (1.9.2015. - 17.9.2015), faza dolaska najvećeg broja izbjeglica (18.9.2015. - 21.10.2015.) i faza smirivanja u kojoj je proces obrade, prihvata i prijevoza izbjeglica uhodan (22.10.2015. - 26.2.2016.).

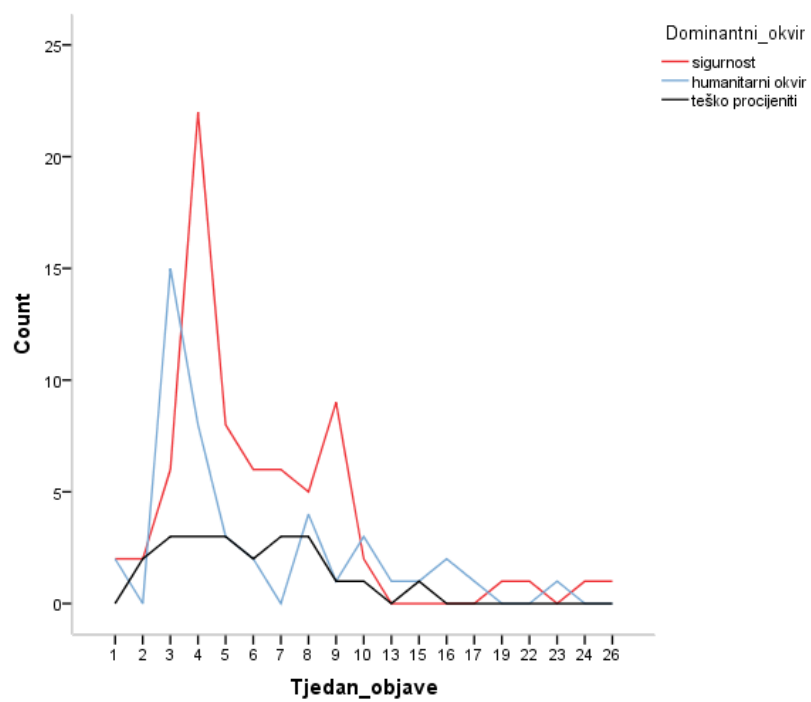
Tablica 11. Dominantni okvir članaka po fazama

	Prva faza - priprema	Druga faza – dolazak najvećeg broja izbjeglica	Treća faza - smirivanje
sigurnost	6 (50%)	49 (55,1%)	17 (45,9%)
humanitarni okvir	4 (33,3%)	26(29,2%)	14 (37,8%)
teško procijeniti	2 (16,7%)	14(15,7%)	6 (16,2%)
Ukupno	12 (100%)	89 (100%)	37 (100%)

Vidimo kako je u sve tri faze dominantni okvir sigurnost. Dakle, bez obzira na događaje na terenu, politička djelovanja i djelovanja organizacija, okvir se ne mijenja pa prihvaćamo posljednju hipotezu. Rezultate ove hipoteze prikazali smo i grafički.



Slika 3. Dominantni okvir članaka po mjesecima objave

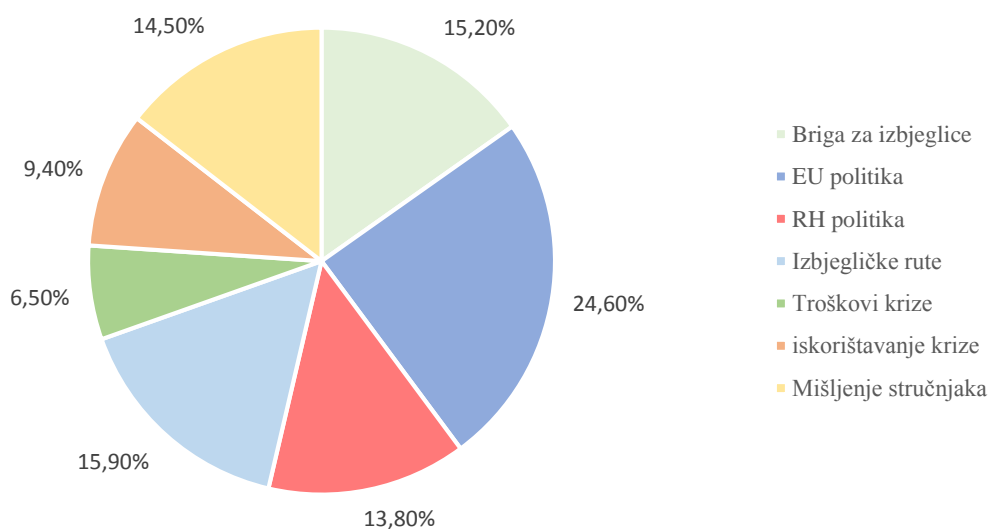


Slika 4. Dominantni okvir članaka po tjednima objave

6.2. Ostale analize

Osim prikaza krize i izbjeglica, zanimalo nas je i koje su to glavne teme kojima se novine bave tijekom jednog takvog napetog razdoblja. Analizom članaka došli smo do rezultata kako je mišljenje Europske unije i njenih političara najčešća tema u promatranom razdoblju te čini 24,6% odnosno gotovo četvrtinu svih tema. Iza nje se nalaze informacije o izbjegličkim rutama, otvaranjima i zatvaranjima granica (odnosi sa susjedima) s 16,9% te briga za izbjeglice s 15,2%. Hrvatske politike i mišljenja vezane uz izbjeglice čine 13,8% tema, a mišljenja stručnjaka (uglavnom politologa i sociologa) čine 14,5%. Najslabije se zastupljene teme troškova krize i iskorištavanja krize pred izbore, no te se teme provlače kroz gotovo sve članke samo nisu izravno izrečene.

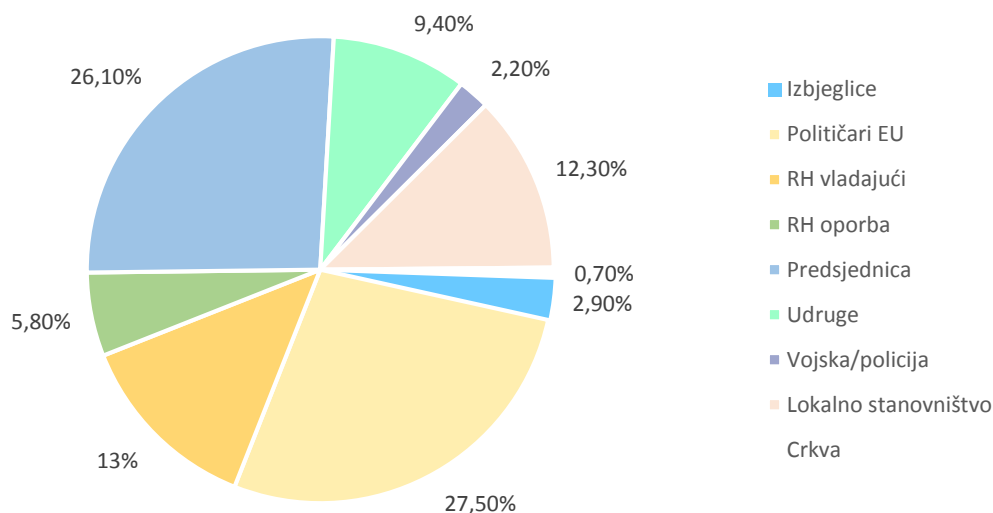
Slika 5. Dominantna tema članka



Glavni nositelji poruka u člancima bili su političari Europske unije (27,5%), predsjednica RH Kolinda Grabar Kitarović (26,1%) te hrvatske političke stranke (vladajući -13% i oporba – 5,8%). Vidimo kako je osobama koji su zapravo bili na terenu usred situacije poput samih izbjeglica, policije, lokalnog stanovništva i udruga

koje su izašle pomoći dano malo više od četvrtine medijskog prostora u promatranom razdoblju.

Slika 6. Glavni nositelj poruke u članku



Nakon što smo definirali glavne nositelje poruke u svakom članku istražili smo kakva je njihova orijentacija prema izbjeglicama i izbjegličkoj krizi. U nekim je člancima bilo teško procijeniti kakav stav glavni nositelj poruke ima pa smo uveli kategoriju „teško za procijeniti“. Kao što možemo vidjeti iz tablice negativan stav prema izbjeglicama i izbjegličkoj krizi imaju vanjski političari, hrvatska predsjednica te hrvatski političari. Pozitivan stav ima lokalno stanovništvo te udruge, dakle ljudi koji su bili u izravnom kontaktu s izbjeglicama.

Tablica 12. Dominantna orijentacija prema izbjeglicama glavnog nositelja poruke u članku

		Dominantna orijentacija glavnog nositelja_poruke				Ukupno
		pozitivno	negativno	neutralno	teško za procijeniti	
Glavni nositelj poruke	izbjeglice	1	1	1	1	4
	vanjski političari	4	21	12	1	38
	političke stranke/vladajući	10	7	1	0	18
	političke stranke/oporba	0	6	2	0	8
	predsjednica	7	18	10	1	36
	udruge/volonteri	13	0	0	0	13
	vojska/policija	1	0	2	0	3
	lokalno stanovništvo	12	3	1	1	17
	Crkva	1	0	0	0	1
Ukupno		49	56	29	4	138

7. RASPRAVA

U prvoj hipotezi, gdje smo pretpostavili da tiskani mediji o izbjegličkoj krizi ne izvještavaju neutralno i kako će većina članaka (bilo da se radi o dominantnom tonu ili našoj procjeni stava) biti negativno usmjerena prema izbjegličkoj krizi, dobili smo sljedeće podatke: najveći broj članaka, njih 72, neutralan je prema izbjegličkoj krizi (52,2%), pozitivno je njih 36 (26,1%), a negativno 30 (21,7%). Kod naše procjene, rezultati su malo drugačiji pa su tako 53 članka pozitivna (38,4%), 43 negativna (31,2%), a 42 su neutralna (30,4%). Primjećujemo kako postoje razlike u procjenama, no hipotezu odbacujemo jer je najveći broj članaka neutralan ili pozitivan prema izbjegličkoj krizi. Ovdje moramo uzeti u obzir povećani broj članaka objavljen u rujnu 2015. kada je dolazak izbjeglica bila samo mogućnost, a ne činjenica. Većina članaka prije dolaska izbjeglica je pozitivna i bavi se problemom humanitarnosti. Ploča se okreće fizičkim dolaskom sve većeg broja ljudi i shvaćanjem složenosti situacije.

Druga hipoteza pretpostavlja da se izbjeglice prikazuju negativno zbog predrasuda, stereotipiziranja i straha od nepoznatog. Rezultati pokazuju da najviše članaka (58%) izbjeglice prikazuje neutralno. Pozitivni prikaz nalazimo u 26,8% članaka, a negativan u 15,2%. Kod naše procjene, situacija je malo drukčija pa je tako prikaz izbjeglica pozitivan i neutralan u 38,4% članaka, a negativan u 23,2%. Premda se rezultati razlikuju, vidimo kako se izbjeglice prikazuju negativno u najmanjoj mjeri pa odbacujemo hipotezu. Moramo napomenuti kako je jedan od mogućih razloga ovakvih rezultata to što se mediji ne bave direktno izbjeglicama, već „problemom izbjeglica“. Njihov fokus je na izvještavanju o mišljenjima hrvatskih i stranih političara te o politikama koje države uvode suočene s izbjegličkim valom. Također, glavni nositelji poruka bili su političari Hrvatske i Europske unije te predsjednica koji rijetko kad direktno spominju izbjeglice već govore isključivo o „problemu izbjeglica“. U ostalim analizama vidjeli smo kako politički vrh većinom ima negativan stav prema izbjeglicama, no to ne iznose otvoreno.

U trećoj smo hipotezi pretpostavili da se vanjske i unutarnje politike te sigurnost zemlje spominju više od pomoći koja je potrebna izbjeglicama i drugih humanitarnih aspekata. Kada dominantne poruke članaka podijelimo u dvije kategorije (sigurnost i humanitarnost), vidimo kako se veći broj članaka bavi temom sigurnosti (57,2%). Kod naše procjene dominantnog okvira uveli smo kategoriju „teško procijeniti“ za one članke u kojima su oba okvira bila podjednako zastupljena. Sigurnost je i u ovom slučaju dominantna u člancima (52,2%). Sigurnosni okvir koristi se više od humanitarnog, kako kod dominantnih poruka tako i u našoj procjeni pa smo ovu hipotezu prihvatili. Mogući razlog ovakve situacije je strah od nepoznatog i nepovjerenje ljudi prema izbjeglicama (strah od „spavača“). Izbjeglice se često stereotipiziraju, a tisak tome pridonosi prikazujući izbjeglice kao homogenu skupinu ljudi. Zanimljiv podatak koji smo pronašli je kako je sigurnost briga onih koji najmanje imaju dodira sa samim izbjeglicama. Jasno da je posao političara očuvati sigurnost zemlje, no postavlja se pitanje kolika su izbjeglice zapravo prijetnja i kako to da ih oni koji su radili s njima (udruge, volonteri i lokalno stanovništvo) nisu tako doživljavali.

U četvrtoj hipotezi pretpostavili smo da se broj članaka smanjuje od rujna 2015. godine do ožujka 2016. godine. Hipotezu smo provjerili po tjednima i po mjesecima

kako bismo dobili bolji uvid u eventualnu promjenu. Rezultati pokazuju kako je 50% članaka objavljeno u rujnu, na početku krize, 37,7% u listopadu, a nakon toga broj objava drastično opada. Najviše članaka je objavljeno između trećeg i devetog tjedna krize kada je i najveći broj izbjeglica ulazio u Hrvatsku, dok u nekim tjednima nije objavljen niti jedan članak. Ovu smo hipotezu prihvatili. Izbjeglička kriza, čini se, bila je najzanimljivija u svojem početku. Tijekom cijelog promatranog razdoblja bilo je vijesti i promjena vezanih uz temu, no broj članaka je nakon prva dva mjeseca drastično opao. Čini se kako je interes tiskanih medija postajao sve manji kroz vrijeme. Kako tijekom cijelog analiziranog perioda nije bilo većih problema s izbjeglicama, tiskani su mediji samo povremeno podsjetili da se izbjeglička kriza još uvijek odvija. Možemo li pretpostaviti da su zaključili kako nije bitno češće izvještavati o događajima ukoliko nije nešto senzacionalno?

U posljednjoj smo hipotezi pretpostavili da nema promjene dominantnog okvira kroz tjedne i mjesece, smatrajući kako su mišljenja i stavovi ostali nepromijenjeni ili barem slični u promatranom razdoblju. Saznali smo kako je sigurnost dominantni okvir u prva dva promatrana mjeseca. U studenom i prosincu 2015. godine prisutniji je humanitarni okvir, dok je u posljednja dva mjeseca sigurnost opet zastupljenija. Postoji promjena okvira, no uzmimo u obzir broj članaka objavljenih u prva dva mjeseca (121) i u preostala četiri (17). Podijelili smo članke u tri faze: faza pripreme u kojoj se izbjeglički val tek očekuje, faza dolaska najvećeg broja izbjeglica i faza smirivanja, odnosno faza uhodanosti. U sve tri faze dominantni je okvir sigurnost pa hipotezu možemo prihvatiti. Valja napomenuti kako su članci humanitarnog okvira uglavnom bili vezani uz lokalno stanovništvo i udruge koji se uopće nisu bavili okvirom sigurnosti.

Tema kojom se najveći broj članaka bavio mišljenja su vanjskih i hrvatskih političara te predsjednice. Oni su također najviše izražavali negativan stav prema izbjeglicama i izbjegličkoj krizi. To bismo mogli objasniti brigom za sigurnost Hrvatske i Europske unije. Ono što je zanimljivo da su upravo oni koji su imali najmanje kontakta sa samim izbjeglicama najskloniji negativnom stavu prema istima. Lokalno stanovništvo i udruge koje su pomagale izbjeglicama imali su većinski pozitivan stav. Oni su imali najviše kontakta te su izbjeglice vidjeli kao ljude kojima je potrebna pomoć, pokazali su brigu i empatiju. Moguće objašnjenje negativnog stava političkog

vrha prema izbjeglicama je upravo manjak kontakta s izbjeglicama te gledanje na situaciju jednostrano, kao problem koji valja što prije riješiti, ne obazirući se na humanitarne probleme s kojima se izbjeglice susreću.

Dakle, ovim smo istraživanjem saznali kako hrvatski tiskani mediji izbjeglice i izbjegličku krizu ne prikazuju posve negativno. Tijekom cijelog analiziranog perioda, dominantni okvir kroz koji mediji prikazuju događaje je sigurnost. Iako se izbjeglice ne percipira negativno, postoji briga za sigurnost što pokazuju domaći i strani političari, ali i sami stanovnici Hrvatske. Okvir sigurnosti ostaje konstantno dominantan tijekom cijelog analiziranog perioda što znači da mediji nisu mijenjali stavove ni nakon što nije bilo većih problema ili nereda s izbjeglicama. Broj članaka se kroz tjedne smanjivao bez obzira na to što su se događaji i politike mijenjali (npr. zatvaranje granice s Mađarskom ili postavljanje žilet-žice na granici sa Slovenijom nisu rezultirali povećanjem broja članaka, a to su događaji koji su bitni za situaciju).

Kako je Van Dijk (1982) zaključio proučavajući tuđa istraživanja te provodeći svoja, bez obzira na zemlju, novine, regiju i vremenski period; mnoge od dominantnih tema vezanih uz manjine se direktno ili suptilno povezuju s problemima, poteškoćama, prijetnjama dominantnim vrijednostima, interesima, ciljevima ili kulturi. Teme koje su bitne za svakodnevni život etničkih grupa, poput posla, kućanstva, zdravlja, edukacije, političkog života i kulture, kao i diskriminacije manjina na svim tim područjima, jedva se spominju u tisku, osim ako predstavljaju problem za društvo ili su spektakularne. Slično smo primijetili i kod našeg istraživanja. Naša prvobitna ideja bila je istražiti prikazuju li tiskani mediji izbjegličku krizu i izbjeglice negativno. Premda smo zaključili kako to nije slučaj, primijetili smo kako se većina članaka zapravo bavi politikom i političkim prepucavanjima zbog novonastale situacije.

Vlada Republike Hrvatske pokazala se nepripremljenom za krizu pa je to rezultiralo cijelim nizom medijskog prebacivanja krivnje između vodećih stranaka i političara. Tadašnji predsjednik HDZ-a Tomislav Karamarko jasno je izrazio svoj stav prema krizi kada je za Index.hr izjavio: „Ovdje sam došao simbolično pokazati odlučnost. Mi više ne možemo trpjeti nekontrolirane ulaske imigranata u Hrvatsku.

Pričali su o otvaranju južnog koridora, a to bi bilo pogubno za Hrvatsku i hrvatski turizam. To je jedna osjetljiva grana." Poručio je kako treba reći dosta i da se Vlada mora početi brinuti o nacionalnim, gospodarskim i sigurnosnim interesima (index.hr, 29. rujna 2015.). Tadašnji predsjednik SDP-a Zoran Milanović jasno je pokazao da nema namjeru podizanja zidova na granicama Hrvatske, ali i nevjerojatnu nespremnost na dogovor s predsjednicom oko postizanja boljeg nadzora granica mogućom uporabom vojske. Bivši predsjednik Ivo Josipović o cijelom slučaju komentirao je kako: „Vlada i predsjednica moraju surađivati, a ne se prepucavati preko medija. (<http://tris.com.hr>, 5. listopada 2015.). Zbog nemogućnosti dogovora, narušili su se odnosi sa susjednim zemljama, Slovenijom i Mađarskom, a predsjednica Kolinda Grabar-Kitarović tijekom cijelog promatranog razdoblja obilazila je države i obavljala sastanke s vodećim političarima europskih zemalja, dok je njezin stav prema izbjegličkoj krizi bio promjenjiv ovisno o trenutnoj situaciji. Čini se kako je izbjeglička kriza pokazala brojna neslaganja naših političara koji su izbjegličku krizu koristili kao arenu za međusobna nadmetanja i skupljanje glasova u to predizborno vrijeme. Dobrobit ljudi u kampovima pala je u drugi plan, a glavni cilj je bio što prije riješiti „problem“, odnosno poslati izbjeglice van granica Hrvatske. Samim izbjeglicama bavile su se udruge nastale u to vrijeme (npr. Are You Syrious?, Inicijativa Dobrodošli), volonteri koji su pomagali u kampovima te sami građani organiziranjem donacija hrane i odjeće. Centar za mirovne studije isticao se u borbi protiv ksenofobije i predrasuda prema izbjeglicama, objavljivao članke na tu temu te uz pomoć volontera organizirao akcije pomoći izbjeglicama i podizanja svijesti o humanitarnoj krizi. Onim ljudima koji su odlučili ostatu u Hrvatskoj, Centar za mirovne studije te druge udruge pomažu s pravnim pitanjima i integracijom u hrvatsko društvo organiziranjem programa i tečajeva.

Ograničenja ovog istraživanja primijetili smo ubrzo nakon početka unosa podataka. Naime, za ovakav tip analize sadržaja bilo bi veoma korisno kada bi postojao veći broj koda kako bi se eventualne dvojbe lakše razriješile i kako bi istraživanje bilo što objektivnije. Kategorije kojima se procjenjuje stav prema izbjeglicama, izbjegličkoj krizi i konfliktu prilično su subjektivne jer su one procjena tek jedne osobe o tome kakav dojam članak na istu ostavlja. S većim brojem ljudi, odnosno koda, taj bi se nedostatak ublažio. Sama tema prikaza izbjegličke krize veoma je široka te smo morali suziti naše istraživanje i izbaciti neke hipoteze i kategorije u matrici. Postoje brojni

aspekti krize kojima se moglo i kojima smatramo da se treba baviti, no željeli smo izbjeći preveliki broj tek površno obrađenih podataka.

U ovom istraživanju bavili smo se time kako mediji prikazuju izbjegličku krizu, no ne znamo kakvo je mišljenje publike. Kada bismo proveli istraživanje na tu temu, mogli bismo usporediti rezultate pa doći do detaljnijih zaključaka o utjecaju medija na publiku kada se radi o ovoj konkretnoj temi. Mogli bismo pokušati odrediti na koje aspekte novinske objave publika najviše reagira:

- Jesu li to glavne teme članka? U najvećem broju članaka u našem istraživanju, 38,4%, glavnu temu činile su EU i hrvatske politike vezane za izbjegličku krizu.
- Koliko fotografije u članku utječu na stav? Naime, 47,1% fotografija prikazivalo je loše stanje u kampovima ili slike djece, čime bismo, uz daljnja istraživanja, mogli objasniti pozitivniji stav prema izbjeglicama od očekivanog.
- Koliko je bitno tko je glavni nositelj poruke u članku i kakva je ta poruka? U našem istraživanju vanjski političari su najčešće bili glavni nositelji poruke s 27,5%, nakon čega slijedi predsjednica s 26,1% - u oba slučaja stav prema izbjeglicama bio je negativan ili neutralan te gledan kroz okvir sigurnosti.
- Kako orijentacija određenih novina utječe na prikaz krize? Premda smo zaključili kako je izvještavanje o događajima bilo većinom neutralno, pitamo se percipira li publika te članke na određeni način zbog novina u kojima su ti članci objavljeni.
- Kako drugi mediji prikazuju krizu? Naše se istraživanje bavilo tiskanim medijima, no zanima nas kakve bi rezultate dobili kada bi u istraživanje uključili internetske portale te time proširili publiku.

- Kako izjave političara utječu na mišljenje i percepciju? Slažu li se ljudi automatski sa stavovima određenog političara zbog pripadnosti stranci.
- Izbjeglička kriza iz perspektive izbjeglica? Spomenuli smo ranije kako se izbjeglice vide kao problem, a samo četiri od 138 analiziranih članaka daje im prostor da izraze svoj stav i mišljenje o problemu koji ih se itekako tiče.

Izbjeglice su bile glavni nositelji poruke u 2,9% slučajeva, odnosno u četiri članka. Jasno je kako se, kao što smo mogli primijetiti i u ranije spomenutim istraživanjima, izbjeglicama ne daje medijski prostor. Njihove priče, probleme i potrebe mediji su u promatranom razdoblju gotovo u potpunosti zanemarili. Konstantno se spominje „problem izbjeglica“. Prioritet je maknuti ljude s teritorija Hrvatske što je brže moguće, a jedino se udruge bave pravima i potrebama tih ljudi.

8. ZAKLJUČAK

Mediji su važan dio našeg života i svaki smo dan obasipani brojnim informacijama. No valja se zapitati kakve su to informacije koje nam mediji pružaju, koliko su objektivne i kakvu zbilju nam prikazuju. Prihvaćamo li dane informacije „zdravo za gotovo“, postajemo pasivna publika koja ne razmišlja kritički i kojom se može manipulirati. Mediji, koristeći okvire, stvaraju određenu sliku svijeta u kojem živimo. Međutim, na nama je da, kao aktivna publika, razmislimo o serviranim informacijama i kako one utječu na nas, na naše stavove i na naše mišljenje o pojedinim temama.

Istraživanje koje smo proveli bavi se prikazom izbjegličke krize u hrvatskim tiskanim medijima. Naše pretpostavke su bile da kako, zbog ranijih stavova i mišljenja, mogućeg straha od nepoznatog ili promjene, mediji izbjegličku krizu i izbjeglice prikazuju na negativan način. Rezultati su pokazali kako to nije sasvim točno; mediji su češće bili neutralni, nego pozitivni ili negativni prema spomenutim temama. Pretpostavili smo kako se mediji više bave (pravim ili percipiranim) problemom

sigurnosti države, nego humanitarnim aspektima krize. To se pokazalo točnim, no valja napomenuti kako su tu veliku ulogu igrali političari, kako hrvatski tako i strani, kojima je sigurnost bila na prvom mjestu pa su međusobnim prepucavanjima stvarali vijesti o kojima se pisalo. Sigurnost je ostala dominantna tema tijekom cijelog promatranog perioda, bez obzira na to što izbjeglički val nije pokazivao pravu prijetnju (ljudi su dolazili i odlazili iz kampova, bez namjere da se zadržavaju na teritoriju Hrvatske, ako je to bilo moguće, bez većih incidenata u samim kampovima). Pretpostavili smo i da će broj objavljenih članaka padati kako vrijeme prolazi, što se također pokazalo točnim. Iako se situacija mijenjala, rute otvarale i zatvarale, čini se kako su mediji postepeno gubili interes za temu, što opet možemo povezati s činjenicom da nije bilo većih incidenata.

Na postavljene hipoteze dobili smo odgovor pa su tako ciljevi našeg istraživanja ostvareni. No, primijetili smo brojne faktore koji mogu utjecati na rezultate i koji zahtijevaju daljnja istraživanja. Iako Hrvatska nije više u žarištu zbivanja, tema izbjegličke krize još je uvijek aktualna. Postoje brojni kulturni, ekonomski, politički i sociološki aspekti krize koji još nisu dovoljno istraženi. Kriza ovakve vrste ima dugoročne posljedice na društvo te smatramo kako je bitno nastaviti s istraživanjima kako bismo što bolje mogli shvatiti situaciju. Mediji i njihova publika, dakako, ovdje igraju veliku ulogu pa su tako neizostavan element budućih istraživanja.

9. LITERATURA

- Allan, K. (2013) Contemporary social & sociological theory – visualizing social world
Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Aronson, E., Wilson, T.D., Akert, R.M. (2002) Socijalna psihologija. Zagreb: MATE
d.o.o.
- Bennett, T. (1982) Media, „reality“, signification. U Gurevitch, M., Bennett, T,
Curran, J., Woollacott, J. (ur.) Culture, Society and the Media . London:
Routledge.
- Berger, A.A. (1995) Essentials of Mass Communication Theory. Thousand Oaks: Sage
Publications.
- Berger, P.L., Luckmann, T. (1967) The Social Construction of Reality. New York:
Anchor Books.
- Blumler, J.G, Gurevitch, M. (1982) The political effects of mass communication. U
Gurevitch, M., Bennett, T, Curran, J., Woollacott, J. (ur.) Culture, Society and
the Media . London: Routledge.
- Braham, P. (1982) How the media report race. U Gurevitch, M., Bennett, T, Curran, J.,
Woollacott, J. (ur.) Culture, Society and the Media . London: Routledge.
- Burns, T. (1977) The Organization of Public Opinion. U Curran, J., Gurevitch, M.,
Woollacott, J. (ur.) Mass Communication and Society. London: The Open
University Press.
- Croteau, D., Hoynes, W. (2003) Media/Society: Industries, images and audiences.
Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- DeFleur, M.L. (1966) Theories of Mass Communication. New York: David McKay
Company Inc.
- Đurić, J. (2000) The Use of Myths for Creating and Destroying a Society. U Skopljanac
Brunner, N., Gredelj, S., Hodžić, A., Krištofić, B. (ur.) Media&War. Beograd:
Agency Argument.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal
of Communication*.

URL: <https://eclass.uoa.gr/modules/document/file.php/MEDIA280/%CE%92%CE%B9%CE%B2%CE%BB%CE%B9%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%B1%CF%86%CE%AF%CE%B1/Robert%20Entman%20Framing%20Toward%20clarification%20of%20a%20fractured%20paradigm%20%281993%29.pdf> (24.
02. 2018.)
- Giddens, A. (2001) Sociologija. Zagreb: Nakladni zavod Globus.
- Goffman, E. (1974) Frame Analysis, An Essay on the Organization of Experience.
Harmondsworth: Penguin Books.
- Hromadžić, H. (2014) Medijska konstrukcija društvene zbilje. Zagreb: AGM.

- Kanižaj, I. (2004). Predstavljenost nacionalnih manjina u hrvatskim dnevničkim novinama – komparativni pregled 2001.-2003. *Politička misao*.
URL:https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=35918
(25.03.2018.)
- Katz, E., Lazarsfeld, P.F. (1955) *Personal Influence*. New York: The Free Press.
- McLuhan, M. (1964) *Understanding Media*. London: Routledge.
- McQuail, D. (1977) *The Influence and Effects of Mass Media*. U Curran, J., Gurevitch, M., Woollacott, J.(ur.) *Mass Communication and Society*. London: The Open University Press.
- McQuail, D. (1983) *McQuail's Mass Communication Theory*. London: SAGE Publications.
- Mesić, M., Bagić, D. (2005) *Croatian National Minorities in the Print Media*. U Genov, N. (ur.) *Ethnicity and Mass Media in South Eastern Europe*. Berlin: Free University Berlin.
- Mills, C.W. (1959) *The Sociological Imagination*. New York: Oxford University Press.
- Pavićević, Đ. (2000) *Political Discourse: The Media and Communication*. U Skopljanac Brunner, N., Gredelj, S., Hodžić, A., Krištofić, B. (ur.) *Media&War*. Beograd: Agency Argument.
- Popov, N. (2000) *Media Shock and Comprehending it*. U Skopljanac Brunner, N., Gredelj, S., Hodžić, A., Krištofić, B. (ur.) *Media&War*. Beograd: Agency Argument.
- Rayner, P., Wall, P., Kruger, S. (2001) *Media studies: The essential introduction*. London: Routledge.
- Tadić, J., Dragović, F., Tadić, T. (2016) *Migracijska i izbjeglička kriza – sigurnosni rizici za EU. Policija i sigurnost*.
URL:
https://www.mup.hr/UserDocsImages/PA/onkd/12016/jtadic_dragovic_ttadic.pdf
- Van Dijk, T.A. (1987) *Communicating Racism: Ethnic Prejudice in Thought and Talk*. Newbury Park: Sage Publications.
- Zakošek, N. (2000) *The Legitimation of War: Political Construction of a New Reality*. U Skopljanac Brunner, N., Gredelj, S., Hodžić, A., Krištofić, B. (ur.) *Media&War*. Beograd: Agency Argument.

Internetski izvori:

<https://masscommtheory.com/theory-overviews/framing-theory/> (24.02.2018.)

<https://criticalmediareview.wordpress.com/2015/10/19/what-is-media-framing/>
(25.02.2018.)

<http://publications.europa.eu/webpub/com/factsheets/migration-crisis/hr/> (15.02.2018.)

https://hr.wikipedia.org/wiki/Europska_migracijska_kriza_2015 (20.03.2018.)

<http://www.hnd.hr/dokumenti> (20.03.2018.)

<http://www.index.hr/vijesti/clanak/hdz-ostojic-policiju-zloupotrebljava-u-predizborne-svrhe-sdp-gradi-sabirni-centar-na-prevlaci/844939.aspx> (02.04.2018.)

<http://tris.com.hr/2015/10/interview-ivo-josipovic-predsjednik-stranke-naprijed-hrvatska-neki-visoki-i-neki-rudlavi-izvori-ulazu-silan-napor-da-dezavuiraju-mene-i-stranku/> (02.04.2018.)

https://hr.wikipedia.org/wiki/Europska_migracijska_kriza_2015 (23.07.2018.)

<https://www.bbc.com/news/world-europe-34131911> (23.07.2018.)

<http://www.europe.hr/category/vijesti-iz-eu-i-rh/izbjeglicka-kriza-2015/?arhiva=33>
(23.07.2018.)

<https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/kako-se-odvijala-migrantska-kriza-na-pocetku-su-izbjeglice-bile-prihvacene-otvorenih-ruku-a-sada-se-zatvara-ruta-kojom-je-proslo-800.000-ljudi/29593/> (23.07.2018.)

10. PRILOZI

10.1. Matrica

IDENTIFIKACIJA ČLANAKA

1. Novine – Novi list, Slobodna Dalmacija, Večernji list, Zadarski list, Šibenski tjednik, Globus, Glas Istre, Nacional, 24sata, 7Dnevno, Vijenac, Poslovni dnevnik, Telegram, Glas Slavonije, Zarez, Novosti, Global, Međimurske novine
2. Naklada
 - 1 do 10k
 - 2 10-30k
 - 3 30-50k
 - 4 50-70k
3. Vrsta novina
 - 1 Dnevne novine
 - 2 Tjednik
 - 3 Dvotjednik
 - 4 Mjesečnik
4. Duljina članka
 - 1 Kratko (do pola stranice)
 - 2 Srednje (više od pola, do jedne stranice)
 - 3 Opširno (više od stranice)
5. Fotografije u članku
 - 1 Bez fotografije
 - 2 izbjeglice negativno (počinjena šteta, konflikti s policijom/vojskom)
 - 3 Izbjeglice pozitivno (slike djece, problema i sl. – izazivanje empatije)
 - 4 Slike stanja (kampovi, rute i sl.)
 - 5 Slike političkih figura
 - 6 Drugo
6. Mjesec objave članka

- 1 Rujan 2015.
- 2 Listopad 2015.
- 3 Studeni 2015.
- 4 Prosinac 2015.
- 5 Siječanj 2016.
- 6 Veljača 2016.

7. Tjedan objave (1-)

TEME, AKTERI

8. Tema članka

- 1 Briga za izbjeglice - smještaj za izbjeglice, humanitarna pomoć, pripreme za dolazak izbjeglica, kršenje ljudskih prava, volonteri, tražitelji azila, poziv na solidarnost EU, edukacija
- 2 EU politika o izbjeglicama - političke reforme, europska politika, teškoće s kojima se EU nosi
- 3 HR politika o izbjeglicama - političke reforme, predsjednica o krizi, hrvatski političari o krizi
- 4 Izbjeglička ruta/zatvaranje granica - zatvaranje granica Mađarske, izbjeglički val, zatvaranje granica prema Srbiji, kvote ulaska u Hrvatsku, otvaranje Slovenije, vojska na granici, otvaranje balkanske rute
- 5 Troškovi krize - troškovi zbog krize, utjecaj na turizam
- 6 Iskorištavanje krize - iskorištavanje krize, korištenje krize u predizbornoj kampanji, zarađivanje na izbjeglicama (prijevoz i sl.)
- 7 Briga za sigurnost – sigurnost zemlje, sigurnost domaćeg stanovništva
- 8 Mišljenje stručnjaka (politolozi, sociolozi)

9. Glavni akter u članku

- 1 izbjeglice
- 2 vanjski političari – susjedne zemlje/EU
- 3 političke stranke – vladajući
- 4 političke stranke – oporba

- 5 predsjednica
- 6 udruge/volonteri
- 7 vojska/policija
- 8 lokalno stanovništvo

10. Dominantna orijentacija glavnog aktera prema izbjeglicama i izbjegličkoj krizi

- 1 Pozitivno
- 2 Negativno
- 3 Neutralno
- 4 Teško za procijeniti

PRIKAZ KRIZE

11. Mediji o izbjegličkoj krizi (dominantni ton članka – o čemu se najviše piše)

- 1 pozitivno
- 2 negativno
- 3 neutralno (informativno)

12. Stav prema izbjegličkoj krizi (moja procjena dominantnog tona)

- 1 Pozitivno
- 2 Negativno
- 3 Neutralno

13. Mediji o izbjeglicama (o kojim aspektima se najviše piše, dominantni ton)

- 1 Pozitivno
- 2 Negativno
- 3 Neutralno

14. Stav prema izbjeglicama (moja procjena)

- 1 Pozitivno
- 2 Negativno
- 3 Neutralno

15. Mediji o incidentu/konfliktu (konflikt među izbjeglicama, izbjeglica sa stanovništvom/policijom, konflikt političara)

- 1 Mediji krive izbjeglice
- 2 Mediji krive izbjegličku krizu
- 3 Mediji krive političare/politiku
- 4 Političari krive izbjeglice
- 5 Političari krive političare

- 6 Nema incidenta/konflikta
- 7 Drugo

16. Prikaz incidenta/konflikta (moja procjena)

- 1 Mediji krive izbjeglice
- 2 Mediji krive izbjegličku krizu
- 3 Mediji krive političare/politiku
- 4 Političari krive izbjeglice
- 5 Političari krive političare
- 6 Nema incidenta/konflikta
- 7 Drugo

17. Dominantna tema/poruka članka

- 1 Potencijalne opasnosti koje izbjeglice predstavljaju (konflikti, sigurnost ljudi)
- 2 Izvještaj o materijalnim štetama
- 3 Izvještaj o uvjetima života izbjeglica (stanje u kampovima i na ruti)
- 4 Potrebna pomoć izbjeglicama (poziv volonterima, prikaz loših životnih uvjeta i kršenje ljudskih prava)
- 5 Mišljenja političara EU (sigurnost EU i posljedice krize na EU)
- 6 Mišljenja političara HR (sigurnost države i posljedice krize na državu)

18. Dominantni okvir koji se koristi u članku

- 1 Sigurnost
- 2 Humanitarni okvir
- 3 Teško za procijeniti

Sažetak

Ovaj rad bavi se prikazom izbjegličke krize u Hrvatskoj u hrvatskim tiskanim medijima. Mediji služe za prenošenje poruka i za izvještavanje o događajima, no oni mogu, korištenjem okvira, oblikovati stavove i mišljenja publike. Izvještavanje o događajima trebalo bi biti objektivno, no svjedoci smo kako to nije uvijek tako. Kada govorimo o manjinama, bilo rasnim ili etničkim, brojna istraživanja pokazuju kako njih mediji zanemaruju ili ih prikazuju negativno i stereotipno što pridonosi daljnjoj marginalizaciji i diskriminaciji tih skupina. U ovom se istraživanju analizira 138 članaka objavljenih u periodu od rujna 2015. do ožujka 2016. godine kada je Hrvatsku zahvatio najveći izbjeglički val. Rezultati su pokazali kako se izbjegličku krizu i izbjeglice ne prikazuje negativno, ali glavna briga je sigurnost države što pokazuje nepovjerenje prema toj grupi. Izbjeglice, kao manjina, nisu dobile medijski prostor ni mogućnost prikaza situacije iz svoje perspektive. Daljnja istraživanja su potrebna kako bi se bolje shvatio fenomen utjecaja medija na publiku, odnosno društvo.

Ključne riječi: izbjeglička kriza, izbjeglice, mediji, diskriminacija

Summary

This paper deals with the presentation of refugee crisis in Croatia in Croatian print media. The media serve to exchange messages and report on events, but they can, by using frameworks, shape the views and opinions of the audience. Reporting on events should be objective, although we can witness that this is not always the case. When it comes to minorities, whether racial or ethnic, numerous research suggest that the media ignores them or depicts them negatively and stereotypically, which contributes to the further marginalization and discrimination of these groups. In this research, by using content analysis, we analyzed 138 articles published between September 2015 and March 2016 when Croatia was hit by the largest refugee wave. The results showed that the refugee crisis and refugees are not displayed negatively, however the main concern is the security of the state, which shows distrust towards that group. Refugees, as a minority, failed to receive the media space or the opportunity to present the situation from their perspective. Further research is needed in order to better understand the phenomenon of the media's influence on the audience and society as a whole.

Key words: refugee crisis, refugees, media, discrimination